



MANUAL DE MODERACIÓN DE CONTENIDO **PARA INMUEBLES:**

*Todo lo que necesitas saber
para que tu video sea
aprobado.*





SUMARIO



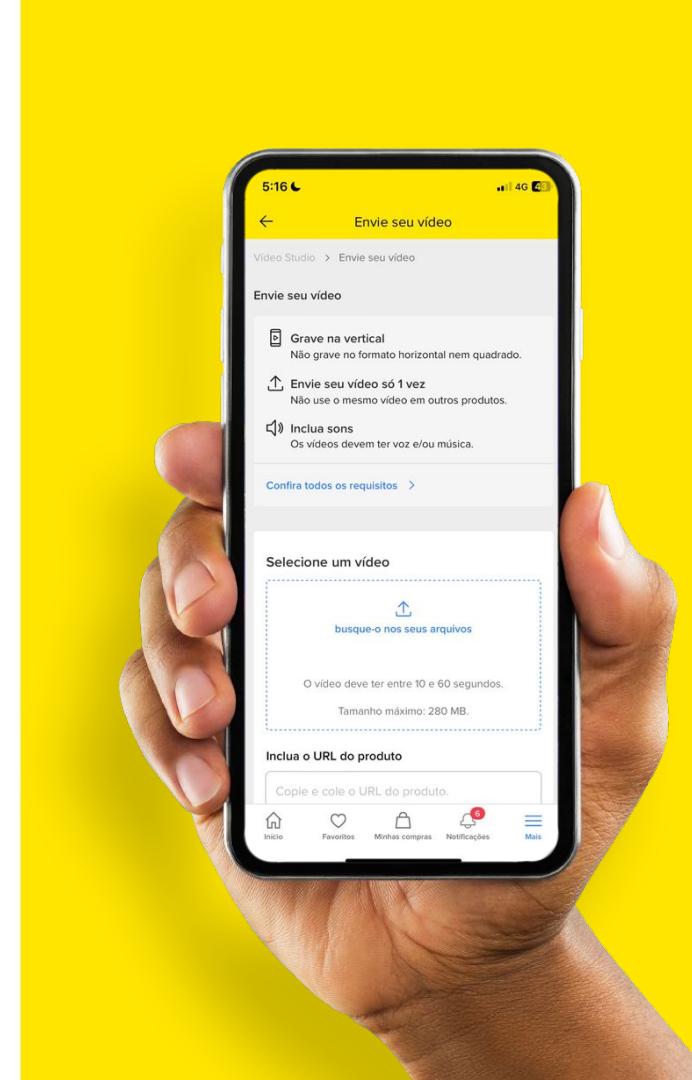
- 01** • ¿Cómo funciona Clips?
- 02** . Dentro de las reglas del juego
- 03** . Requisitos básicos.
- 04** . Criterios de moderación: Real Estate
- 05** . Criterios de moderación general
- 06** . Elevando el nivel de tu contenido.
- 07** . Publicando tu video.



Dentro de las reglas del juego

Pensando en la experiencia del cliente (y siguiendo las principales tendencias en la creación de contenido), hemos creado algunas reglas básicas para que Clips sea relevante y atractivo para el público. Además, es una herramienta más para que los vendedores incrementen sus visitas y, por ende, sus ventas.

El primer paso para jugar bien es conocer las reglas del juego. Sin embargo, más que explicar las reglas, este documento tiene como objetivo mostrar lo que debes hacer para que tu video sea aprobado y no infrinja ninguna norma de la plataforma.





¿QUÉ ES CLIPS Y CÓMO PUEDE AYUDARTE?



¿Cómo funciona Clips?

Tres pilares sostienen el éxito de la plataforma de videos cortos de Mercado Libre:

01

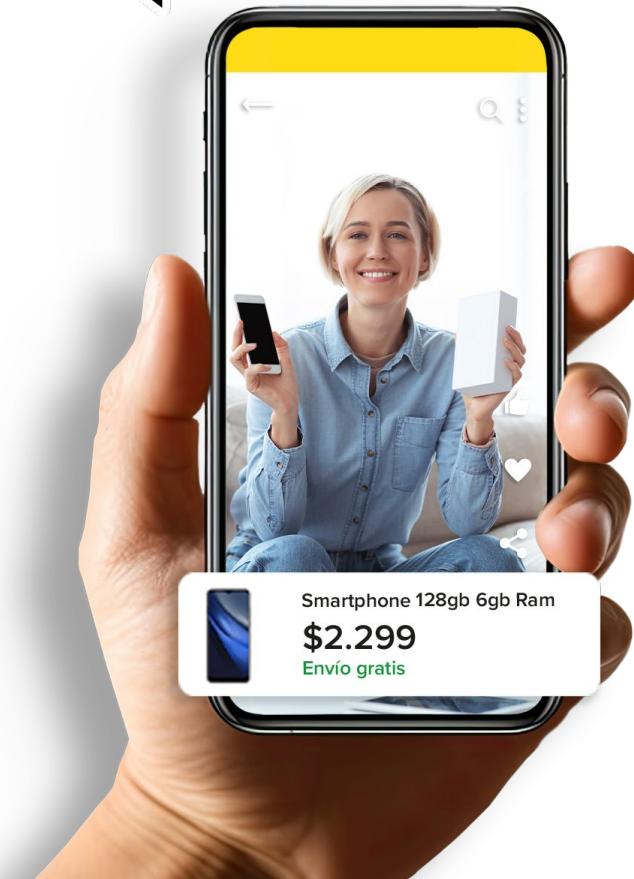
Conectar con potenciales compradores

02

Eliminar dudas sobre tu producto

03

Aumentar las visualizaciones de tus publicaciones



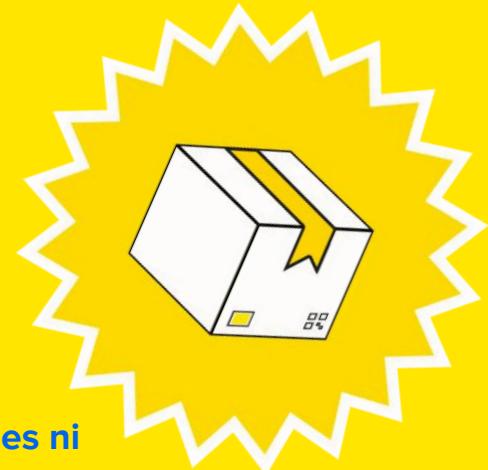


PERO **ANTES** DE CONTINUAR CON LOS
CRITERIOS DE MODERACIÓN:

**VAMOS A REPASAR LOS REQUISITOS
BÁSICOS PARA PUBLICAR UN CLIP**

REQUISITOS BÁSICOS

- Graba en **formato vertical 9:16**
- Asegúrate de que el vídeo ocupe toda la pantalla, **sin bordes ni espejos**
- La duración puede ser entre **10 segundos y 1 minuto**
- Envía el video en uno de estos formatos: **mp4, mov, mpeg, avi.**
- Recuerda que el tamaño máximo es de **280 MB**
- La calidad mínima que necesitas es de **360 x 640 píxeles**
- ¡Y no olvides **el sonido** para hacerlo **más atractivo!**



CHECKLIST PARA QUE TU CLIP SEA APROBADO



REAL ESTATE:

- No muestra el baño
- No muestra la cocina
- No muestra la habitación/ambiente principal
- No menciona el barrio y/o ciudad
- No menciona metros cuadrados

MOTIVOS FRECUENTES DE MODERACIÓN:

- Video repetido
- Formato diferente da vertical
- Publicidad de marca o de Mercado Libre
- Sin audio ni sonido
- Producto no relacionado

CRITERIOS AUDIOVISUALES:

- Marcas de agua o logos
- No respeta la zona segura del video
- Imagens estáticas
- Pantalla negra en lugar de video
- Resolución/estabilidad
- Iluminación deficiente
- Sonido de mala calidad
- Producto sin contexto
- Otro idioma
- Sin cierre
- Producto en malas condiciones



Conoce en detalle todos los criterios [aquí](#)

CRITERIOS DE CONTENIDO SENSIBLE:

- Contenido sexual
- Contenido ofensivo/discriminatorio
- Contenido violento
- Contenido de lotería/concursos
- Contenido comparativo o difamatorio
- Contenido político
- Artículos prohibidos
- No se permite mostrar ni escuchar a menores de edad

CRITERIOS DE SEGURIDAD:

- Datos personales
- Imágenes de Mercado Libre
- Propiedad intelectual
- Información engañosa
- Normativas de publicidad
- Condiciones de venta



INMUEBLES NO PERMITIDOS



Camas náuticas

Campos

Cocheras

Consultorios

Depósitos y galpones

Fondos de comercio

Locales

Oficinas

Parcelas, Nichos y Bóvedas

Terrenos y lotes

Tiempo Compartido



SALE



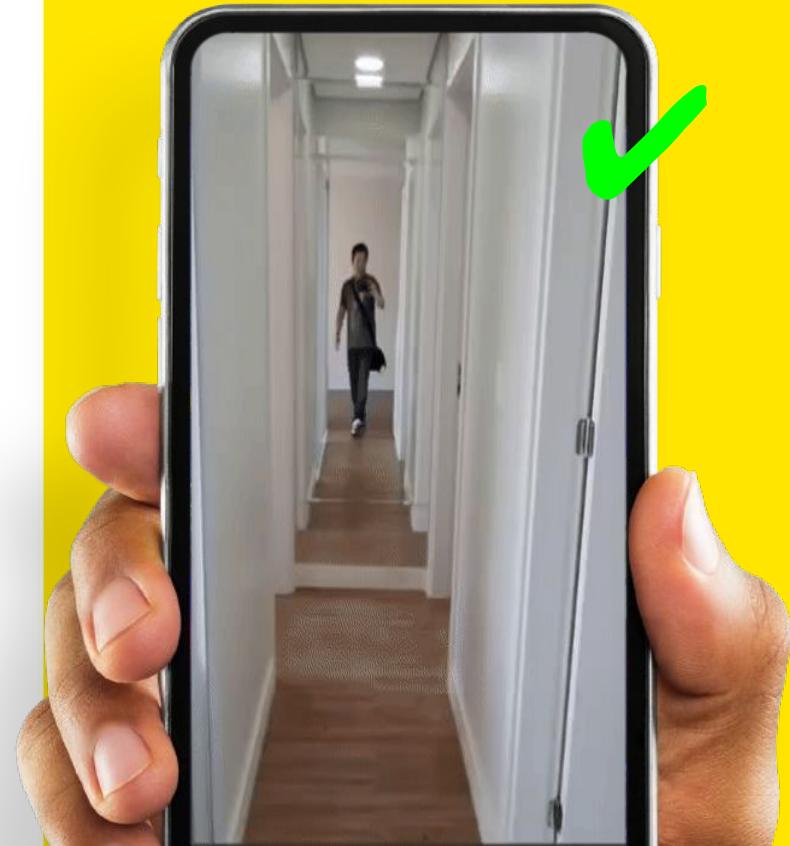


NO MUESTRA EL BAÑO

El vídeo debe mostrar, **al menos**, un baño de la propiedad. **Se trata de un espacio clave para los compradores.**

Qué hacer:

Asegúrate de incluir planos que muestren no solo el diseño y la distribución del baño, sino también detalles como los materiales, la iluminación y cualquier característica que consideres importante.





NO MUESTRA LA COCINA

Incluir la cocina es indispensable, ya que es uno de los ambientes más importantes del hogar.

Qué hacer:

Asegúrate de incluir en tu vídeo planos que muestran su diseño, distribución y cualquier característica especial, como electrodomésticos modernos o almacenamiento adicional. Considera resaltar los detalles que destaque su funcionalidad y estilo.





NO MUESTRA HABITACION/ AMBIENTE PRINCIPAL (AL MENOS 1)

Es necesario que el vídeo incluya al menos **una habitación o el ambiente principal** para que los interesados puedan evaluar el espacio.

Qué hacer:

Asegúrate de incluir **al menos un ambiente principal** en tu presentación. Esto es esencial para que las personas interesadas evalúen el espacio y su distribución. Resalta características clave, como la iluminación, los acabados y la conexión con otros espacios, para mostrar el potencial del inmueble.





NO MENCIONA BARRIO Y/O CIUDAD

El vídeo **debe mencionar** el barrio y/o la ciudad donde se encuentra la propiedad. La ubicación es un factor crucial a la hora de decidir una compra.

Qué hacer:

Destaca **aspectos relevantes**, como la cercanía a servicios, transporte y áreas recreativas, para resaltar el atractivo de la zona.



Este hermoso departamento
esta ubicado Capital Federal,
en el barrio de Palermo



NO MENCIONA METROS CUADRADOS

Los **metros cuadrados deben indicarse**, ya que son esenciales para que los compradores tengan una idea clara del tamaño de la propiedad.

Qué hacer:

Asegúrate de mencionar tanto la **superficie total** como la distribución de los espacios, lo que ayudará a los interesados a visualizar mejor el potencial del lugar.



GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



- 1 Vista general y presentación inicial:** Comienza mostrando una vista completa de la propiedad e incluye una breve introducción.
- 2 Ubicación:** Menciona la ciudad y el barrio donde se encuentra la propiedad.
- 3 Tamaño de la propiedad:** Informa sobre los metros cuadrados, hectáreas o el número de ambientes. Comenta el número de habitaciones y baños.
- 4 Escenas obligatorias:** No te olvides de incluir tomas de los espacios clave, como la cocina, el baño y las habitaciones.

Te recomendamos incluir facilidades cercanas:

Aprovecha para destacar las comodidades alrededor de la propiedad, como escuelas, supermercados, restaurantes y transporte público.



GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



Escenas Indispensables

Para asegurar que los videos de propiedades sean informativos y atractivos, es fundamental incluir las siguientes tomas:

1

Tomas detalladas desde diferentes ángulos:

Muestra la propiedad en su totalidad, capturando diferentes perspectivas.

2

Escenas obligatorias:

- **El baño:** Asegúrate de incluir tomas del baño para ofrecer una visión clara de este espacio.
- **La cocina:** es importante mostrar y resaltar su diseño y características.
- **La habitación principal:** incluye tomas para que los compradores puedan evaluar el espacio.



GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES

Informaciones Indispensables

Cada video debe contener la siguiente información clave:

1 Tamaño de la propiedad:

Indica el tamaño de la propiedad en metros cuadrados para que los interesados tengan una idea clara del espacio.

2 Ubicación:

Menciona la ciudad y el barrio donde se encuentra la propiedad, lo cual es esencial para los potenciales compradores.



GUÍA PARA CREAR ANUNCIOS ATRACTIVOS DE PROPIEDADES



Para que tus videos de propiedades sean efectivos, **incluye**:

- 1 Historial de la propiedad:** Mencionar si ha tenido un solo dueño, el estado del mantenimiento y actualizaciones.
- 2 Documentación en regla:** Asegúrate de indicar que todos los documentos están en orden.
- 3 Tecnología adicional:** Destaca luces conectadas, los electrodomésticos disponibles y los sistemas de alarma.
- 4 Llamado a la acción:** Termina invitando a los interesados a contactarse para obtener más información.
- 5 Concisión:** Mantén el video **breve y directo** para captar y mantener la atención del espectador.



YA SABES TODAS LAS ESPECIFICACIONES
PARA **REAL ESTATE**, AHORA

**APRENDE LOS CRITERIOS GENERALES PARA
QUE TUS CLIPS SEAN APROBADOS**



PRINCIPALES RAZONES DE RECHAZOS EN MODERACIÓN



- **Video duplicado**
- **Formato diferente al vertical**
- **Publicidad de marca y/o de Mercado Libre**
- **Falta de audio**
- **Producto no relacionado**

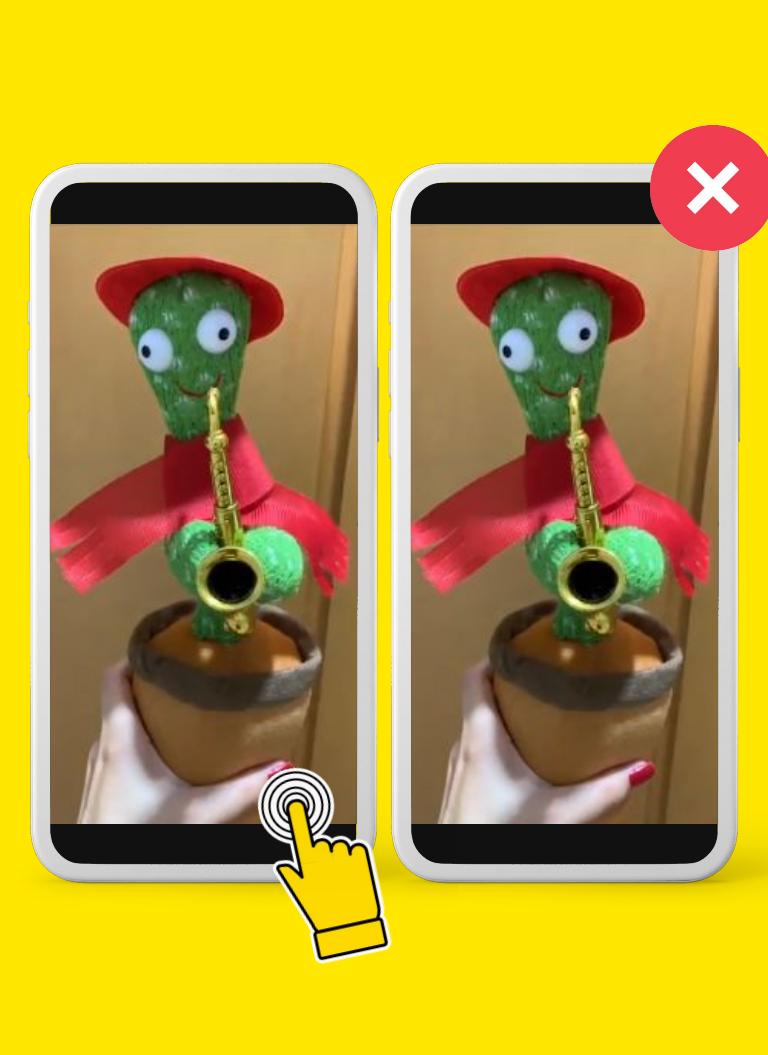


VIDEO DUPLICADO

Cada video en la plataforma sólo puede ser publicado una vez. El propósito de esta regla es proteger tu contenido evitando que sea copiado y también evitar que el público en general vea videos repetidos, haciendo que la plataforma carezca de interés.

Qué hacer:

Puedes subir más de un video por publicación, así que invierte en la variación de contenidos para que diferentes públicos se vean impactados y conducidos a tu producto. Si tienes un video pendiente en moderación, no intentes publicarlo de nuevo ya que la plataforma puede identificar este segundo envío como un video duplicado.



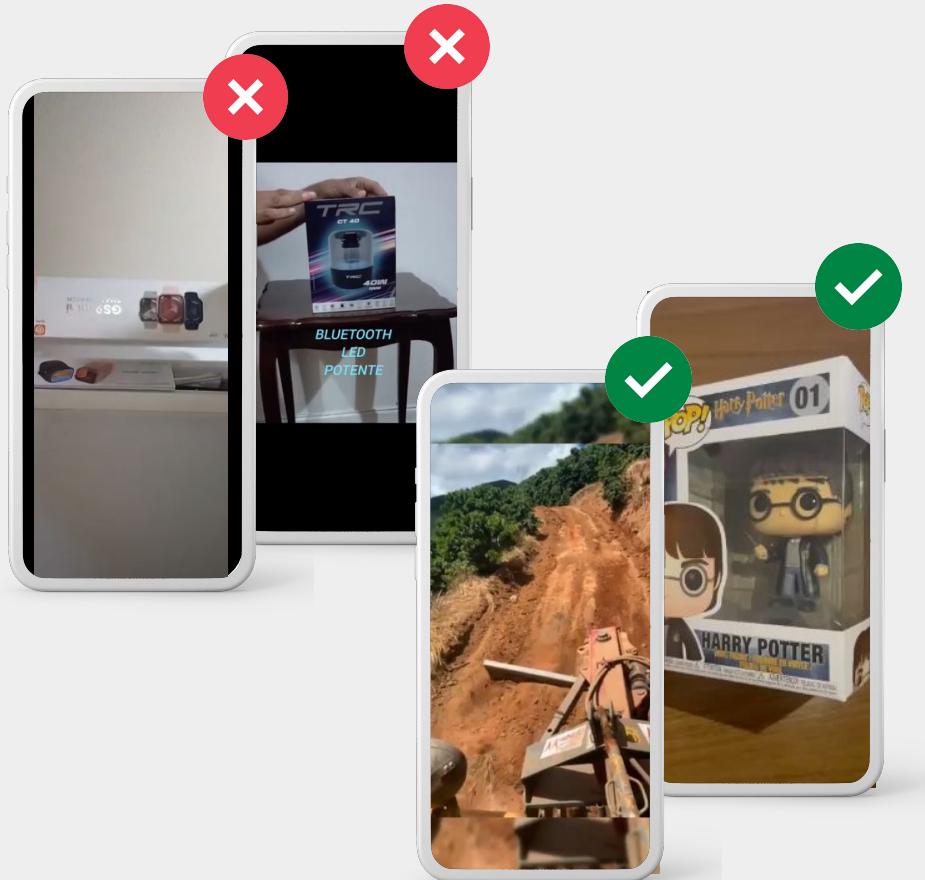


FORMATO EN VERTICAL

Para una mejor experiencia de visualización, el video debe ocupar toda la pantalla en formato vertical, sin usar bordes para llenar espacios vacíos.

¿Qué hacer?

Graba siempre en vertical con formato 9:16. Este es el formato estándar de la plataforma y así es como tu cliente verá el video. De esta manera, se mejora la calidad del video y la experiencia del cliente.



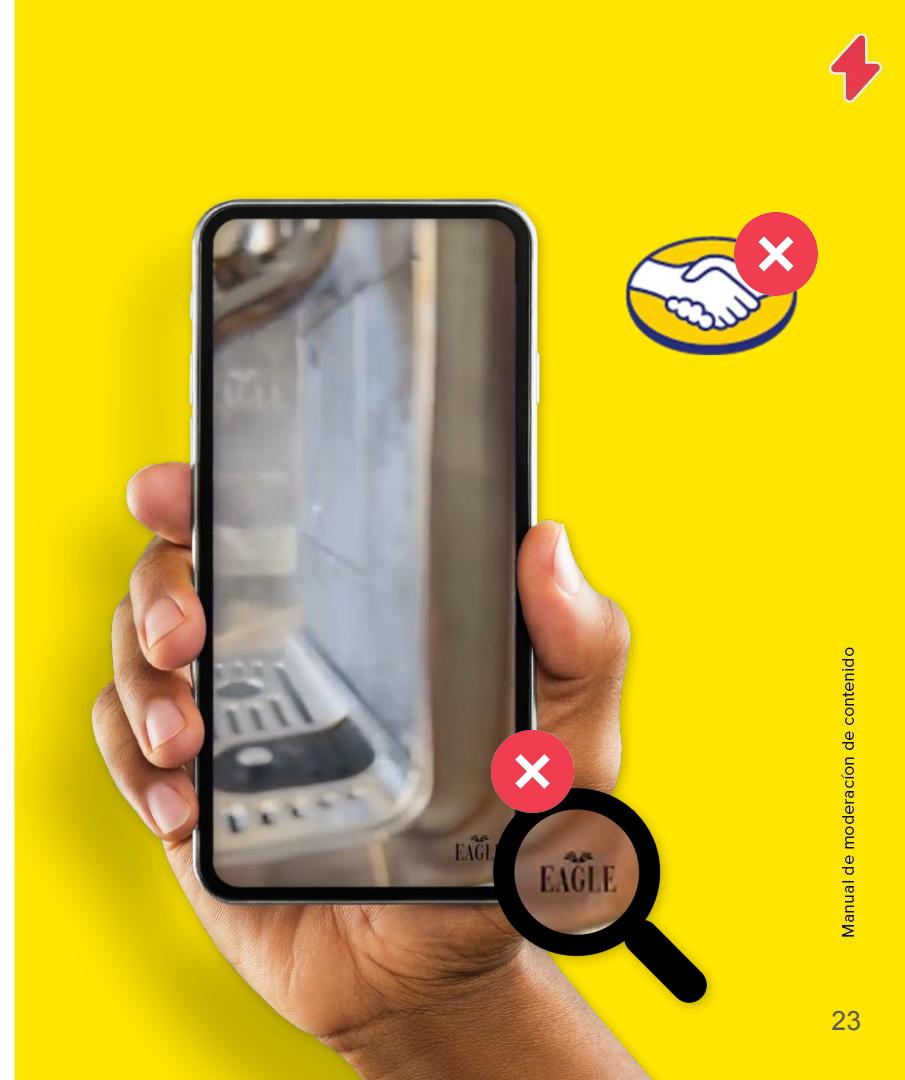


PUBLICIDAD DE PRODUCTO SIN MARCAS

No puedes incluir logotipos, marcas de agua, ni animaciones al inicio o al final del video. Tampoco tienes que destacar la marca del producto, ni las ventajas de la tienda o de Mercado Libre.

¿Qué hacer?

Concéntrate en mostrar el producto. Muéstralos en uso y habla sobre sus características. Toma fotos desde diferentes ángulos y responde las preguntas más comunes de los clientes. Este no es el momento para hacer publicidad de la marca, la tienda o Mercado Libre. También evita los logotipos y marcas de agua de las aplicaciones de edición y redes sociales, ya que están prohibidos.





EVITA EL SILENCIO

El sonido del video debe ser de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias. El video puede tener un máximo del 20% de su duración sin audio. Los videos sin sonido o con mal audio pierden el interés del público.

¿Qué hacer?

Usa música de fondo o graba una narración en un lugar sin ruidos. Tip adicional: Las canciones de nuestra biblioteca no tienen derechos de autor.



PRODUCTO NO RELACIONADO

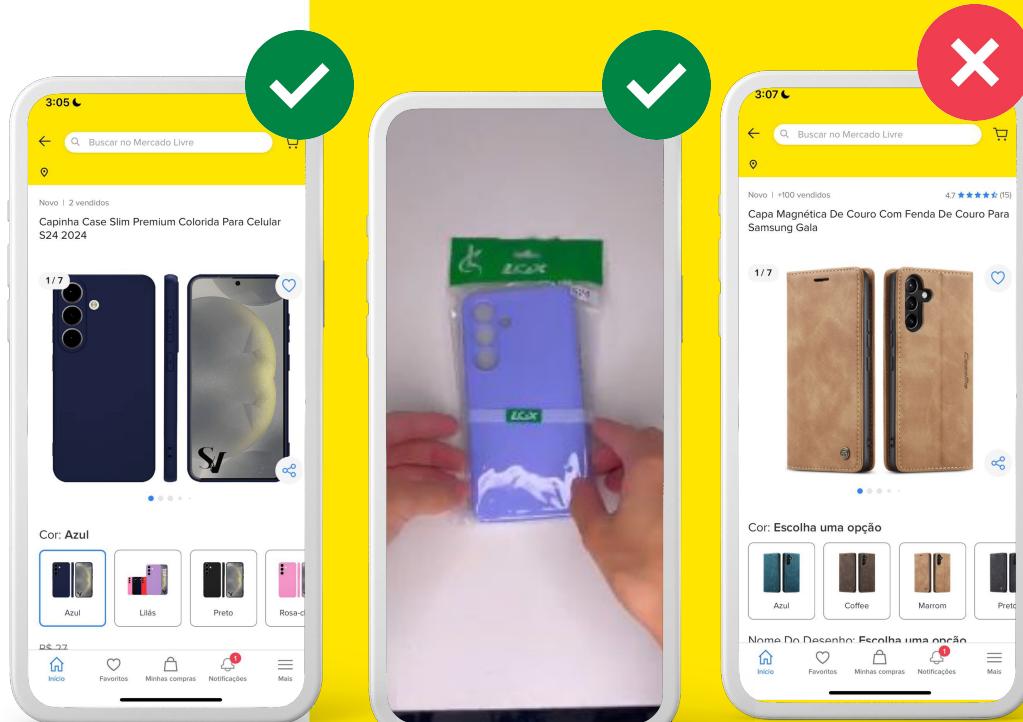
El vídeo debe mostrar el producto correspondiente al anuncio.

¿Qué hacer?

Muestra en el video exactamente lo que el cliente recibirá al realizar la compra. Además de presentar el producto en uso y sus características, asegúrate de mostrar todo el producto, así como todas sus piezas y accesorios.



Para anuncios de kits con productos diferentes, es necesario mostrar todos. Si es un kit de productos iguales, puedes mostrar solo uno y mencionar que es un kit de X unidades.





MÁS CRITERIOS DE MODERACIÓN

Criterios Audiovisuales

- **Marcas de agua o logotipos.**
- **No respeta el área útil.**
- **Imágenes estáticas.**
- **Pantalla en negro.**
- **Resolución/estabilidad deficientes.**
- **Mala iluminación.**
- **Sonido de baja calidad.**
- **Producto sin contexto.**
- **En otro idioma.**
- **Sin cierre.**
- **Producto en mal estado.**

Criterios de Contenido Sensible

- **Contenido sexual.**
- **Contenido ofensivo/discriminatorio.**
- **Contenido violento.**
- **Contenido de loterías/concursos.**
- **Contenido comparativo o difamatorio.**
- **Contenido político.**
- **Artículos prohibidos.**
- **Menores de edad.**

Criterios de Seguridad

- **Datos personales.**
- **Imágenes de Mercado Libre.**
- **Propiedad intelectual.**
- **Información falsa.**
- **Normas de publicidad.**
- **Condiciones de venta.**



MARCAS DE AGUA O LOGOS

El video no puede contener marcas de agua o logotipos de otras aplicaciones, como redes sociales y editores de vídeo. Las grabaciones de pantalla tampoco están permitidas.

¿Qué hacer?

Durante la edición del video, corta o elimina las escenas en las que aparezcan estos logotipos. Presta atención a las animaciones de introducción y cierre, que también están prohibidas.





DATOS PERSONALES

Está **prohibido** mencionar o mostrar información de contacto o canales de venta fuera de Mercado Libre. Ejemplos: sitios web, redes sociales, teléfono, correo electrónico, QR Code, dirección, entre otros.

¿Qué hacer?

No mencias ningún tipo de información como las citadas anteriormente, tampoco las incluyas en la edición del video. Cubre o elimina información de cajas y embalajes, como por ejemplo, direcciones en paquetes de entrega.





IMÁGENES ESTÁTICAS

El video puede ocupar como máximo el 20% del tiempo con imágenes estáticas y/o texto, sin perder la dinámica y presentando información sobre el producto.

¿Qué hacer?

Graba videos desde diversos ángulos de tu producto en lugar de usar fotos. Muestra cómo se utiliza, qué tipo de problema soluciona, sus funcionalidades o responde a las preguntas más frecuentes.

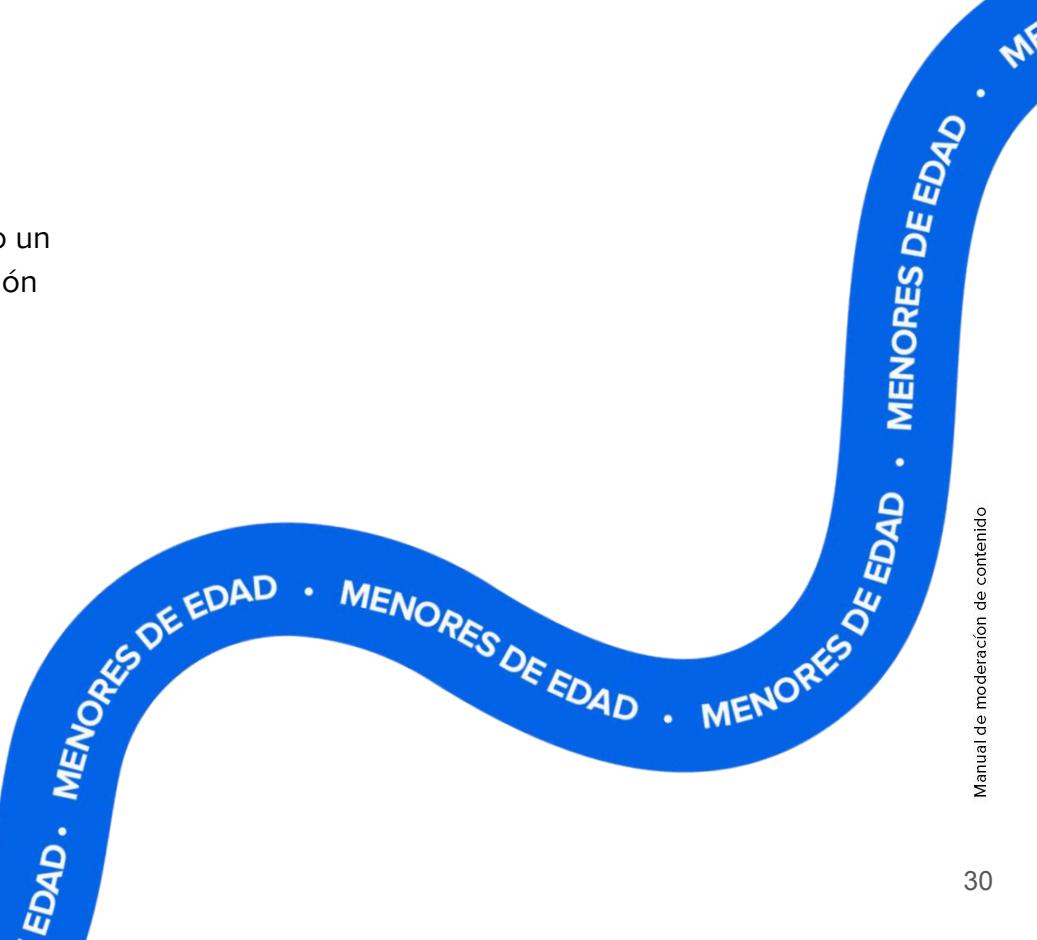


MENORES DE EDAD

No se permite utilizar imágenes de menores de edad, ni siquiera si se omite su rostro (por ejemplo, manos, pies o un niño de espaldas). Tampoco se permite el uso de narración con voz infantil (ni siquiera artificial o automática).

¿Qué hacer?

Si tu producto está dirigido al público infantil, enfócate únicamente en mostrar el producto y sus características.





MENORES DE EDAD

PRESENCIA



PRESENCIA PARCIAL



VOZ



DIRECCIONAMIENTO



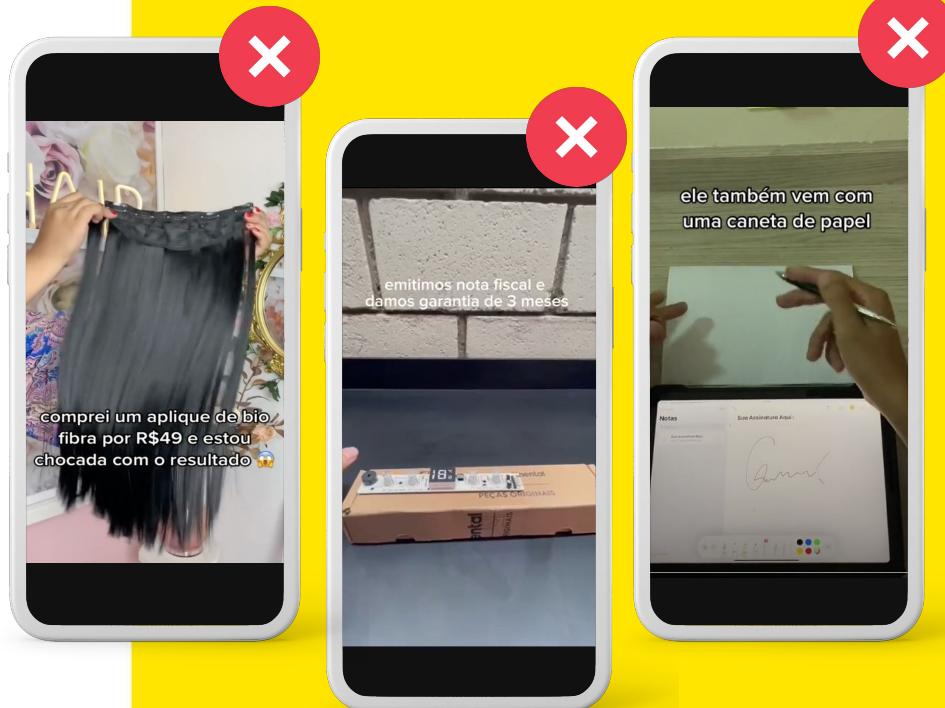


CONDICIONES DE VENTA

El video no debe mencionar ofertas, precios, envío gratis, condiciones de venta, garantías, obsequios o descuentos, ni hacer referencia a campañas específicas como Hot Sale o Black Friday. Esta norma evita la divulgación de información que puede estar desactualizada o ser confusa, ya que los usuarios no pueden verificar la validez de las promociones en el momento en que ven el video.

¿Qué hacer?

Enfócate únicamente en mostrar tu producto, resolver las preguntas más frecuentes, explicar qué tipo de problema soluciona o sus funcionalidades. Otras informaciones como las mencionadas anteriormente deben estar solo en el anuncio.



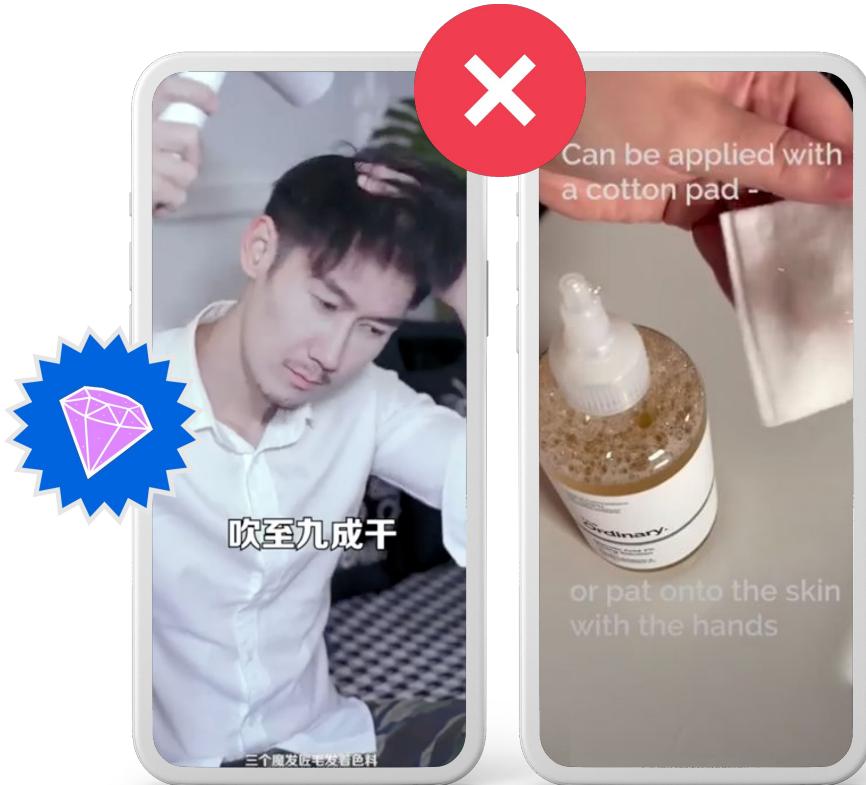


IDIOMA

El video no debe contener voz y/o textos en otro idioma que no sea el español.

¿Qué hacer?

Utiliza únicamente el español para hablar o describir el producto. Es importante que el cliente comprenda bien todo el video y sepa exactamente qué está comprando.





RESOLUCIÓN Y ESTABILIDAD DEL VIDEO

El video no puede contener imágenes que no permitan ver claramente los detalles del producto. Por ejemplo: mala iluminación, imagen invertida, escenas repetidas en “looping”, desenfocadas, pixeladas o con reflejos de luz excesivos.

¿Qué hacer?

Busca un ambiente bien iluminado, pero cuida los reflejos. Realiza varias tomas mostrando el producto desde diferentes ángulos. Si la imagen está invertida, puedes ajustarla en la edición del video.

1

Baja resolución

2

**Misma toma
repetida en un bucle**

3

Vídeo tembloroso

4

**Video con reflejo (evita que se
vea el embalaje)**

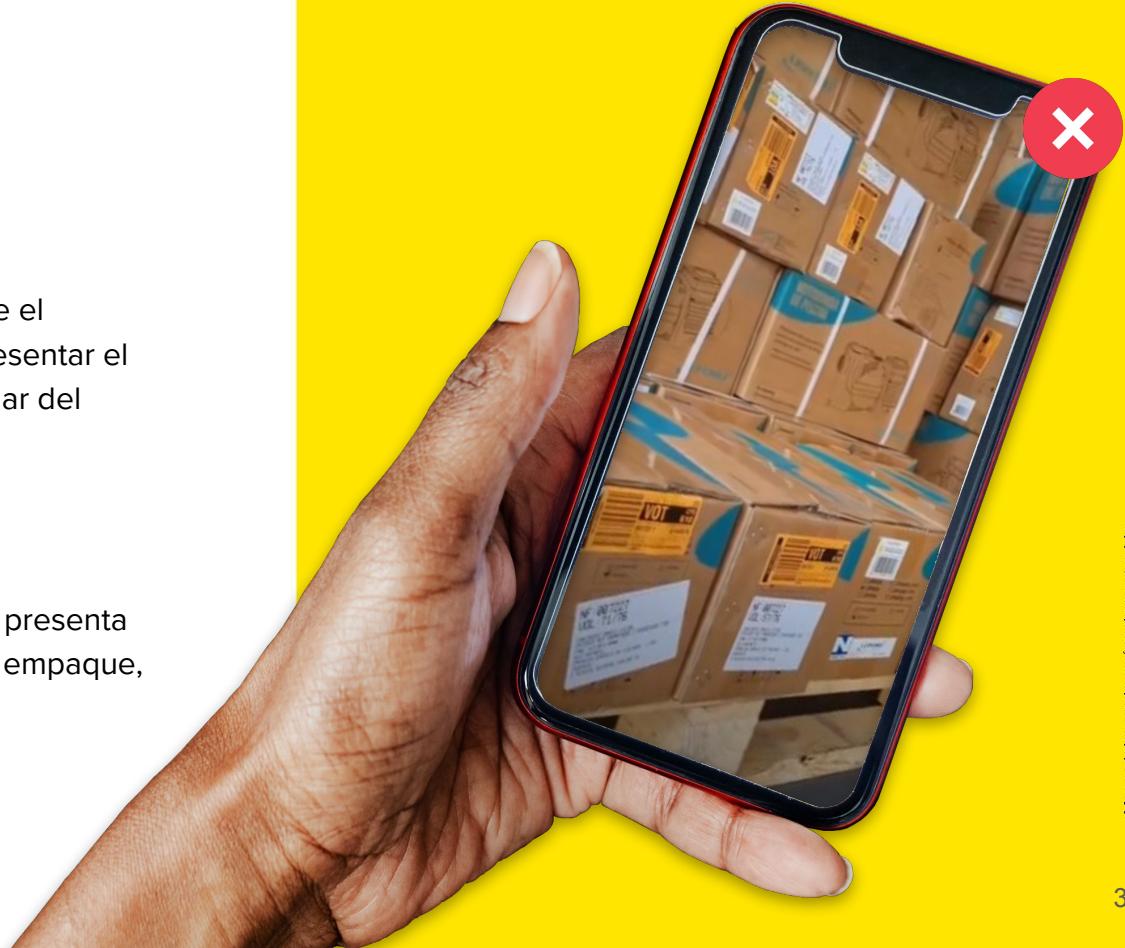


PRODUCTO SIN CONTEXTO

El vídeo debe mostrar obligatoriamente el producto en uso. No está permitido presentar el producto sólo mostrando la caja o hablar del mismo sin mostrarlo.

¿Qué hacer?

Muestra tu producto siendo utilizado o presenta mejor los detalles en el video, como el empaque, el modo de uso, sus características diferenciadoras, etc.



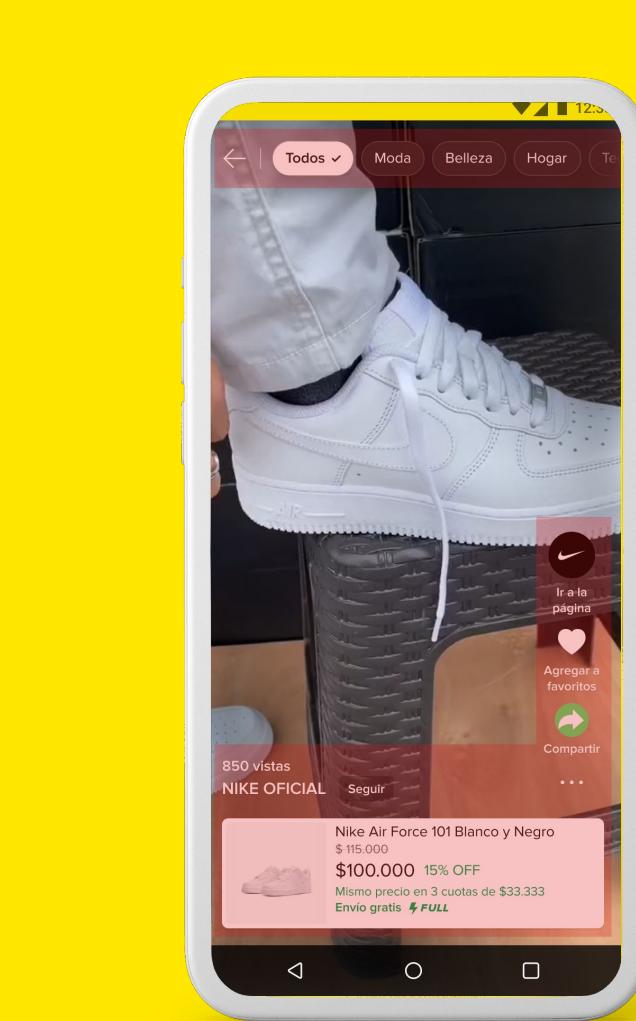


NO RESPETA EL ESPACIO ÚTIL

Todos los textos, normas publicitarias, subtítulos u otros elementos deben permanecer dentro del área útil del vídeo, sin quitar espacio a los botones ni al producto.

Qué hacer:

Inserta los textos dentro del área útil del vídeo para que no quede oculta ninguna información y procura no estropear la visualización del producto.





NORMATIVAS DE PUBLICIDAD

Algunas categorías de productos tienen normativas específicas y el vídeo debe mencionar la normativa aplicable en materia de publicidad y marketing y no infringirla.

Qué hacer:

Inserta las normativas necesarias según tu categoría de producto, procurando que estén dentro del área utilizable del vídeo y no entorpezcan la visualización del producto.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

SUPLEMENTOS

COSMÉTICOS



Bebidas Alcohólicas

- Se debe exhibir un recuadro que cumpla con las normas gráficas establecidas en la legislación aplicable. Debe incluir el logo del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, la palabra "ADVERTENCIA" y una de las siguientes leyendas: I) "Todo consumo de alcohol es dañino durante el embarazo"; II) "Todo consumo de alcohol limita la capacidad de conducir"; III) "El consumo de alcohol en menores de 18 años está prohibido"; o IV) "El consumo nocivo de alcohol daña tu salud".

(Ver el siguiente slide)

Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio no deben incluir mensajes como: "aprobado o recomendado por expertos", "demostrado en ensayos clínicos" o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación o evaluación.
- No se puede referir a productos como "naturales" cuando estos sean semisintéticos o formulados con componentes sintéticos.

Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda "**“Su uso no es recomendable para consumo por menores de 8 años, embarazadas y nodrizas, salvo indicación profesional competente y no reemplaza a una alimentación balanceada”** **“Consulte a su médico y/o farmacéutico”**



Bebidas Alcohólicas

- El recuadro a utilizar deberá abarcar al menos el 15% de la superficie total del video, poseer un fondo de color negro y letras blancas, en mayúsculas e incluir el logo del Ministerio de Salud . El recuadro deberá exhibirse en la esquina superior derecha. La frase que deba exhibirse será escogida por quien encomienda la publicidad.

[Link para descargar el sello](#)





Bebidas Alcohólicas

- Se debe incluir la leyenda:
**“PROHÍBASE EL
EXPENDIO DE BEBIDAS
EMBRIAGANTES A
MENORES DE EDAD. EL
EXCESO DE ALCOHOL
ES PERJUDICIAL PARA
LA SALUD”**

Cosméticos

- Las declaraciones referidas al producto/servicio **no** deben incluir mensajes como: **"aprobado o recomendado por expertos", "demostrado en ensayos clínicos"** o similares a menos que existan estudios científicos realizados en centros reconocidos de investigación.

Suplementos dietarios

- Se debe incluir la leyenda: **“Este Producto es un Suplemento Dietario, no es un Medicamento y no suple una Alimentación Equilibrada. Consulte a su médico y/o farmacéutico”**.



Bebidas Alcohólicas

Se deberá incluir alguna de las siguientes leyendas:

- **“NADA CON EXCESO, TODO EN MEDIDA.”**
- **“EVITA EL EXCESO.”**
- **“CONOCER NO ES EXCEDERSE.”**
- **“EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD”**

Cosméticos

Está prohibido publicitar que los productos cosméticos:

- Atribuyen cualidades terapéuticas, preventivas o rehabilitadoras.
- Insinúan modificaciones de las proporciones del cuerpo
- Se presentan como indispensables para la vida del ser humano.

Suplementos dietarios

- Está prohibido que mencionen a los suplementos como dietéticos y se debe de incluir la siguiente leyenda de advertencia:
“EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES RESPONSABILIDAD DE QUIEN LO RECOMIENDA Y DE QUIEN LO USA” y “ESTE PRODUCTO NO ES UN MEDICAMENTO”, en letra mayúscula destacadas en negritas y con un espacio libre de texto alrededor de estas.



IMPORTANCIA DEL CIERRE EN LOS VIDEOS

El video debe incluir un cierre, pero no debe realizar una llamada a la acción no permitida, como comentar, suscribirse, redirigir a enlaces o invitar a acceder a un sitio web.

¿Qué hacer?

Graba un breve cierre o utiliza acciones permitidas, como “comprar”, “acceder al producto”, “agregar a favoritos”, “compartir” o “ver más videos”.

Esto es lo que **NO** debes poner:

1

Link en la bio



2

Comenta



3

Suscríbete



4

Accede al sitio web

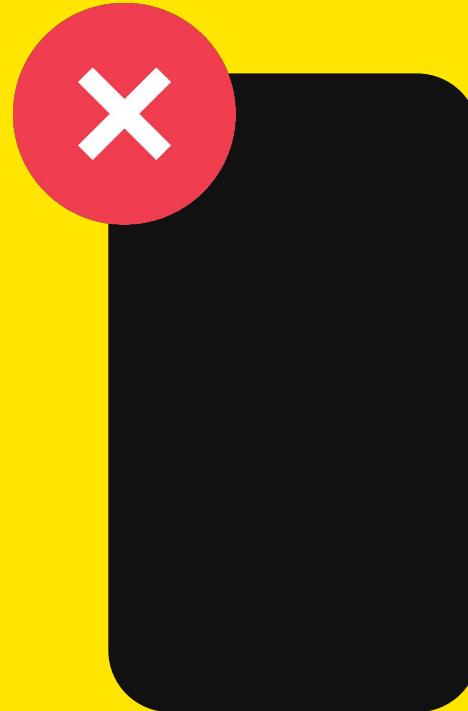


EVITA LA PANTALLA EN NEGRO

No se permite que el video tenga sólo narración o que quede sin ninguna imagen por un tiempo prolongado.

¿Qué hacer?

Graba videos desde distintos ángulos de tu producto. Muestra cómo se utiliza, qué tipo de problemas resuelve, sus funcionalidades o aclara las principales dudas de los clientes. Lo importante es que el producto se presente de forma clara en el video.



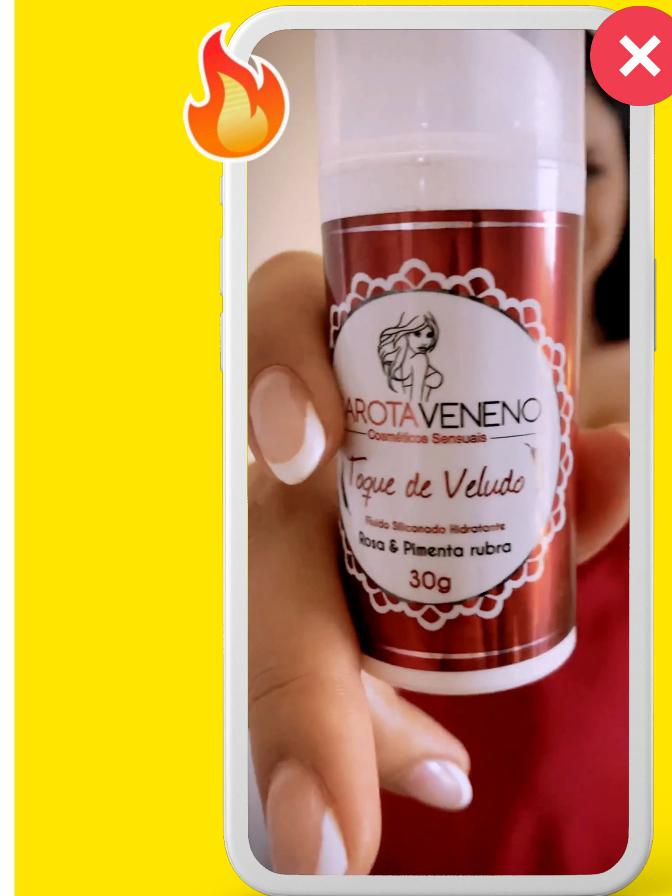


CONTENIDO SEXUAL

El video no debe mostrar contenido sexual explícito o sugestivo. Productos de sex shop, como disfraces, lubricantes, vibradores, entre otros, no pueden ser presentados en video.

¿Qué hacer?

Evita hacer un video sugestivo; enfócate en la calidad de tu producto o en la **información técnica** más relevante.



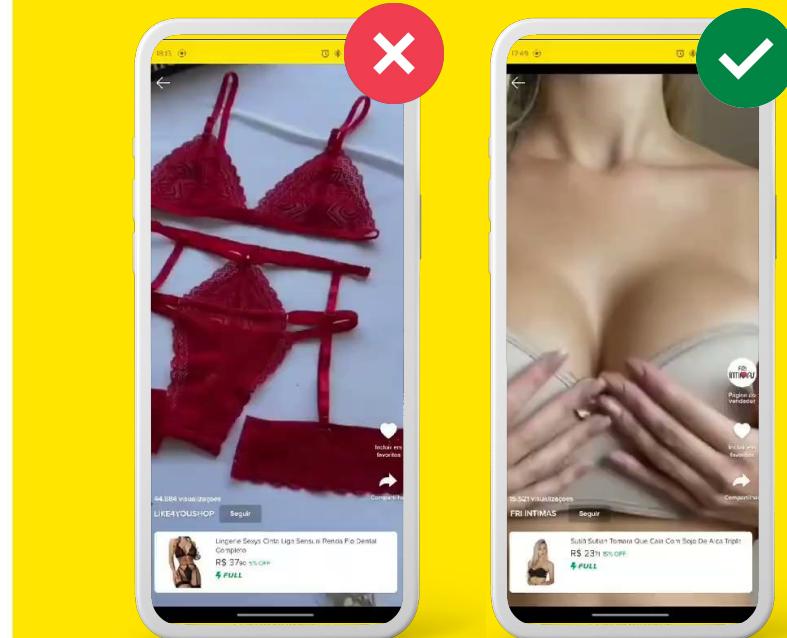
CONTENIDO SEXUAL

Contenido de lencería

Es una buena práctica narrar o describir, mediante textos, los materiales y otra información relevante sobre la prenda.

También se recomienda mostrar diferentes tallas para satisfacer las necesidades de diversos clientes.

No se permiten escenas prolongadas que se centran excesivamente en las partes íntimas de los modelos. En casos de detalles en los senos, la ingle o parte trasera, se sugiere mostrar los detalles de la prenda fuera del cuerpo, para no exponer demasiado las partes íntimas. Tampoco están permitidas escenas que simulan situaciones de fetichismo, eróticas, como BDSM y similares. Asimismo, no se permiten imágenes donde se puedan ver pezones, vello púbico u otras partes íntimas a través de transparencias o cortes.





PROHIBICIÓN DE CONTENIDO OFENSIVO/DISCRIMINATORIO

El video no debe contener contenido grosero, ofensivo, vulgar o discriminatorio en ningún aspecto, ya sea en la imagen, la música de fondo o la narración.

¿Qué hacer?

Evita usar imágenes y músicas que presenten las características mencionadas. Enfócate únicamente en el producto y opta por músicas neutras o narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



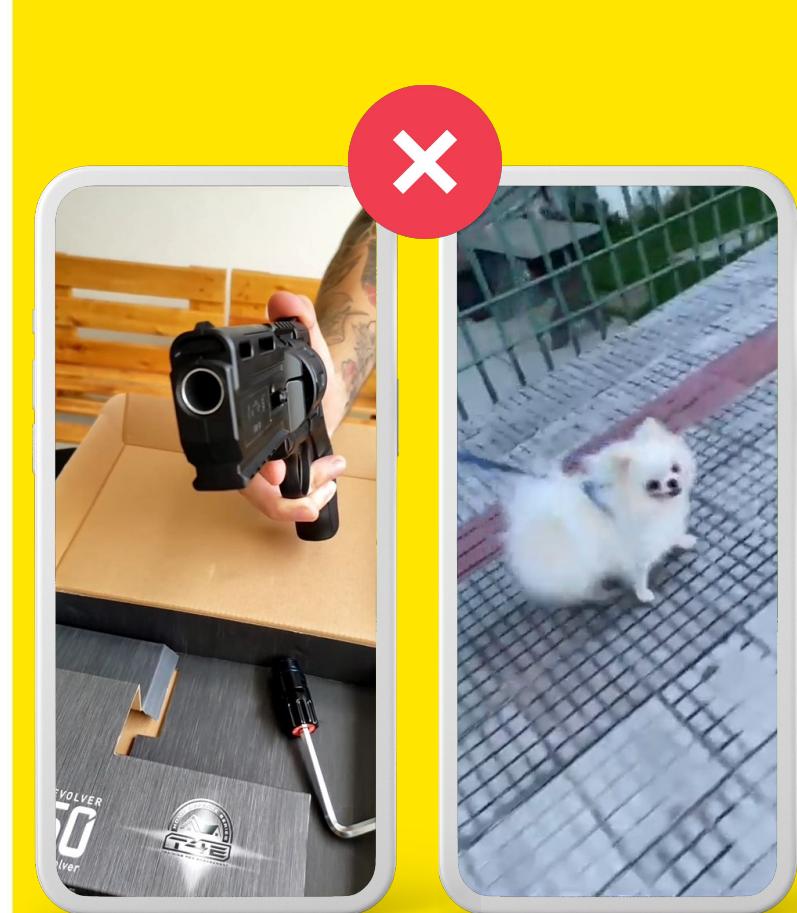
¡Ten cuidado al reproducir canciones que contengan malas palabras o connotaciones sexuales!



ARTÍCULOS PROHIBIDOS

No está permitido transmitir videos sobre ningún producto que viole la política de "Artículos prohibidos".

Para comprender mejor esta política, haga clic en este enlace: **Productos prohibidos**





PRODUCTOS PROHIBIDOS EN CLIPS

ARMAS

- Réplicas y/o juguetes que imitan armas de fuego.
- Se aceptan las armas de paintball, aire comprimido y airsoft si tienen un calibre igual o inferior a 6 mm y con una marcación en el extremo del caño en naranja fluorescente o rojo vivo, así como sus accesorios y municiones.
- Armas para artes marciales y combate cuerpo a cuerpo, como matracas, grilletes y bastones.

ANIMALES

- Animales vivos y huevos de animales.

DROGAS Y TABACO

- Drogas, narcóticos, precursores de drogas y otras sustancias prohibidas o controladas.
- Productos de cannabis y CBD (con o sin THC).
- Productos relacionados con el tabaco, como puros, tabaco y cigarrillos electrónicos.
- Parafernalia, incluyendo armadores, recipientes, picadores y pipas.

SEX SHOP

- Fantasías eróticas y mallas enterizas.
- Productos para prácticas sexuales o fetiches eróticos, como productos BDSM, látigos, arneses, entre otros.
- Juguetes sexuales, incluyendo vibradores, anillos, muñecas inflables y estimulantes sexuales.
- Recuerdos para adultos y/o souvenirs con formas sexuales.



CONTENIDO VIOLENTO

El video no debe contener contenido grosero, ofensivo, vulgar o discriminatorio en ningún aspecto, ya sea en la imagen, la música o la narración.

¿Qué hacer?

No utilices imágenes y músicas que contengan las características mencionadas anteriormente. Enfócate únicamente en el producto y da preferencia a las músicas ambientales o narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



***Cuidado ao usar
vídeos de jogos
violentos e/ou
contendo armas.***

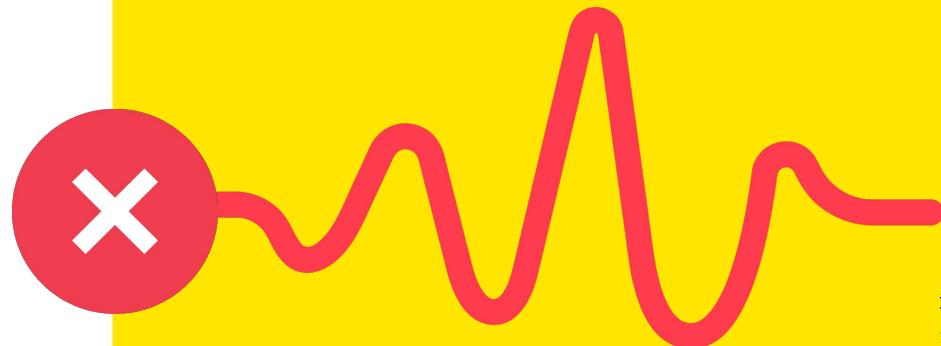


SONIDO DE BAJA CALIDAD

El video debe contener un audio limpio y de buena calidad, sin ruidos de fondo ni interferencias de sonido.

¿Qué hacer?

Utiliza una música ambiental de fondo o graba una narración en un ambiente sin ruidos para ser insertada en el video durante la edición.



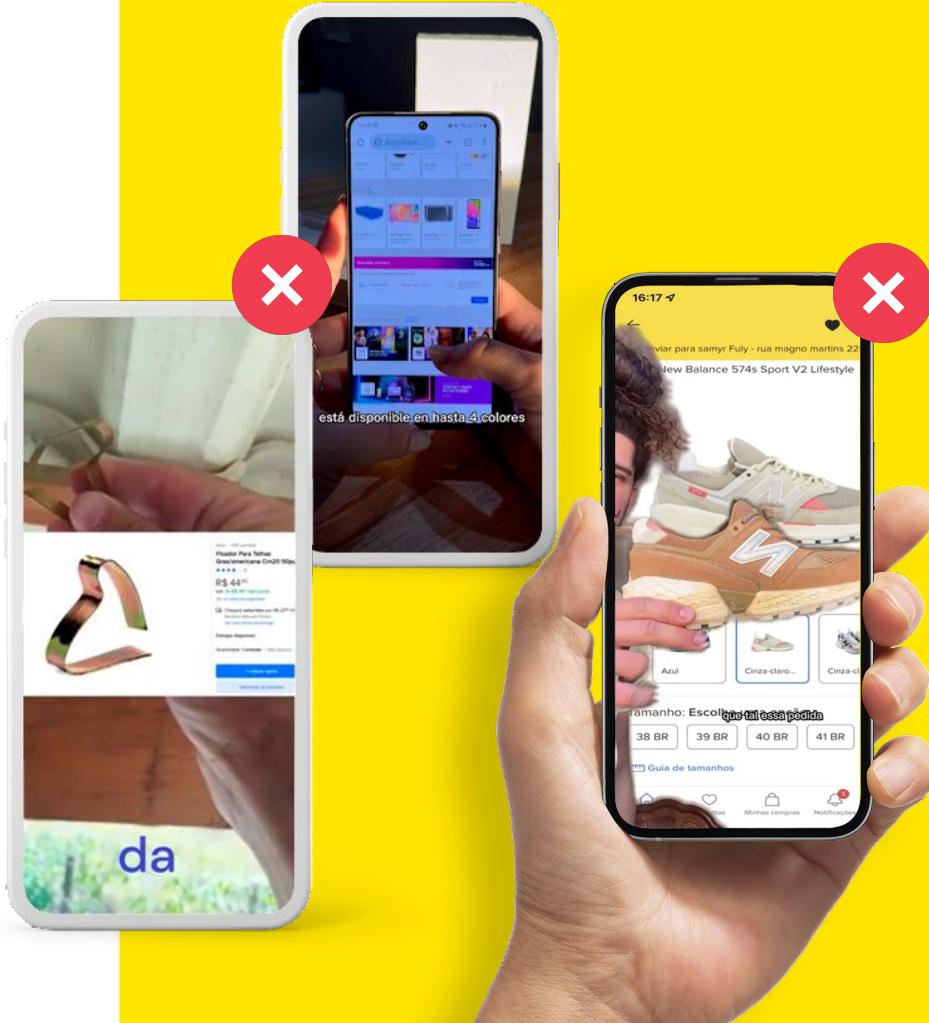


IMÁGENES DE MERCADO LIBRE

No está permitido mostrar la página del producto ni secciones de Mercado Libre.

¿Qué hacer?

Toma imágenes solo del producto, utiliza diferentes ángulos para mostrarlo bien y que el cliente tenga una mejor noción de él. Recuerda que el enfoque siempre debe estar en el producto y nada más.





INFORMACIÓN FALSA

El video no debe mostrar información sobre el producto que sea incorrecta, falsa o que no haya sido comprobada.

¿Qué hacer?

Realiza un video mostrando lo que realmente puede hacer el producto, qué tipo de problema resuelve o aclara las principales dudas de los clientes. De esta forma, el cliente sabrá exactamente lo que está comprando, estará más satisfecho con la compra y disminuirán las posibilidades de una devolución.

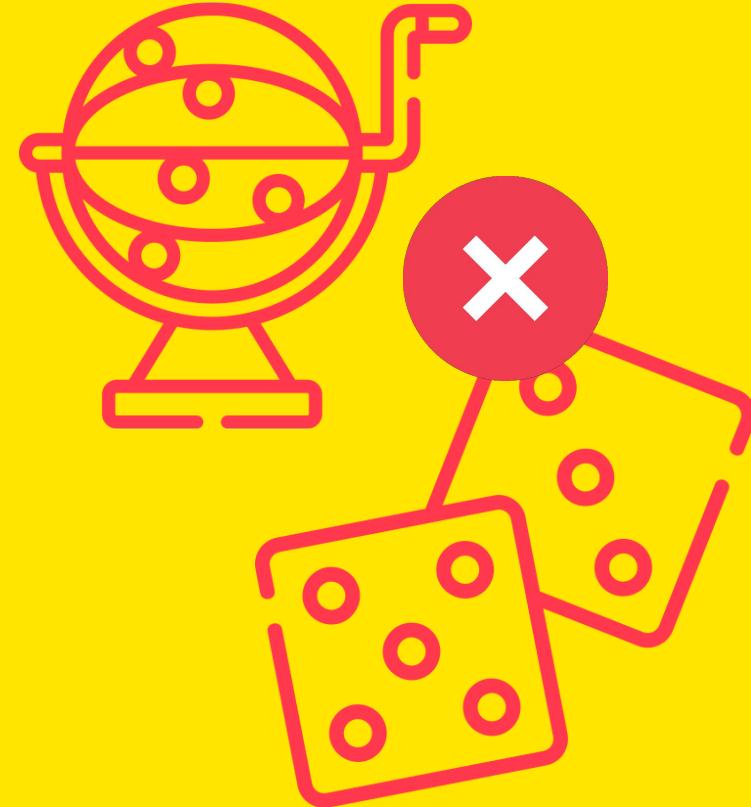


CONTENIDO DE LOTERÍA/CONCURSOS

Está prohibida la promoción de concursos, sorteos, juegos de azar o promesas de descuentos, cupones o regalos a cambio de compras.

¿Qué hacer?

Enfócate únicamente en el producto, muestra sus características diferenciadoras y aclara las principales dudas de los clientes al respecto. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.



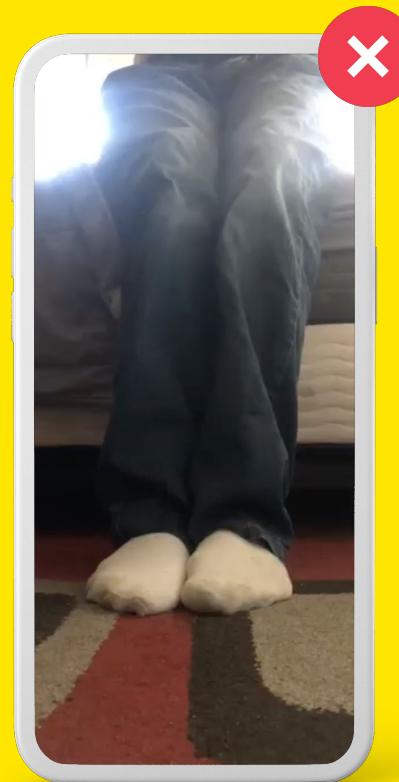


FALTA DE ILUMINACIÓN

La iluminación del video debe estar diseñada para mostrar el producto y sus detalles. Un video mal iluminado no permite ver correctamente los detalles del producto.

¿Qué hacer?

Busca un ambiente con buena iluminación, pero ten cuidado con los reflejos. Realiza varias tomas mostrando el producto desde diferentes ángulos y, si la imagen está invertida, puedes ajustarla en la edición del video.





CONTENIDO COMPARATIVO O DIFAMATORIO

El video no debe contener comparaciones con otros productos o marcas que tengan connotaciones difamatorias.

¿Qué hacer?

Enfócate en tu producto, en sus características diferenciadoras y en qué tipo de problema ayuda a resolver. No es necesario mencionar otros productos o marcas para presentar el tuyo.



Recuerda:
***Tu cliente quiere
conocer tu producto,
no a tu competencia.***



PROPIEDAD INTELECTUAL

El video no puede infringir derechos de imagen o propiedad intelectual (como derechos de autor o de marca).

¿Qué hacer?

Siempre presenta en los videos productos originales y no uses videos de terceros; crea contenido original. Para la música de fondo, utiliza canciones sin derechos de autor, también conocidas como música ambiental.



*¿Conoces esa canción
que está de moda?
**Probablemente tenga
derechos de autor y no
se pueda utilizar.***

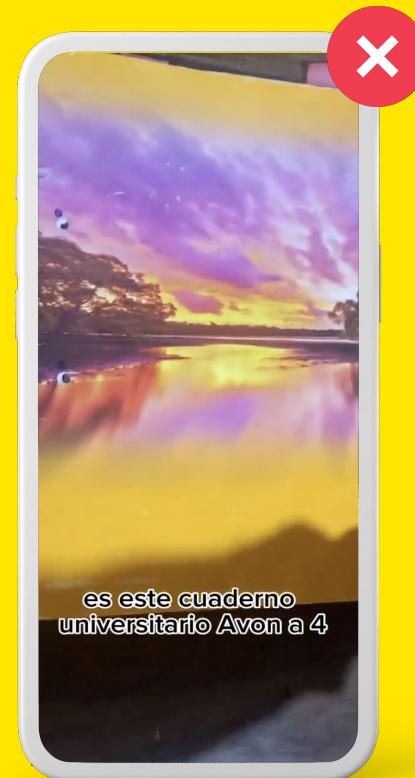


PRODUCTO EN MALAS CONDICIONES

Está prohibido publicar un video mostrando un producto en malas condiciones.

¿Qué hacer?

Utiliza siempre un producto nuevo en buenas condiciones, ya que la idea es mostrar el producto tal como llegará al cliente. Presentar un producto que ya ha sido muy usado no resulta atractivo para quienes están interesados en comprar.





CONTENIDO POLÍTICO

No está permitido difundir contenido político, ni exhibir opiniones a favor o en contra de leyes, partidos y candidatos políticos.

¿Qué haces?

Enfócate únicamente en el producto, muestra sus características diferenciadoras y aclara las principales dudas de los clientes al respecto. Recuerda que la idea es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.



ELEVANDO EL NIVEL DE TU CONTENIDO

Pensando en ti, que estás comenzando a crear contenido ahora o que ya tienes experiencia en este ámbito, pero siempre estás en busca de inspiración, **hemos creado la Escuela de Clips**. Una plataforma de enseñanza completamente gratuita con consejos sobre todo lo relacionado con la producción de contenido.

Haz clic en el botón de abajo y accede.

Accede a Clips

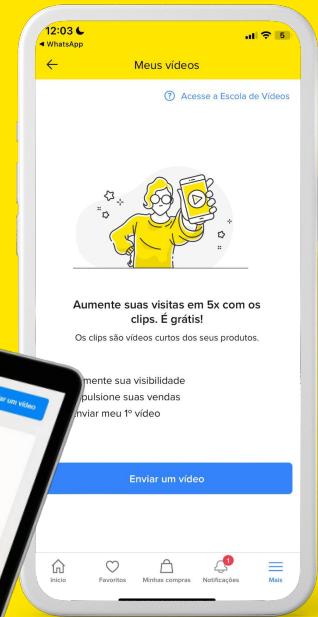
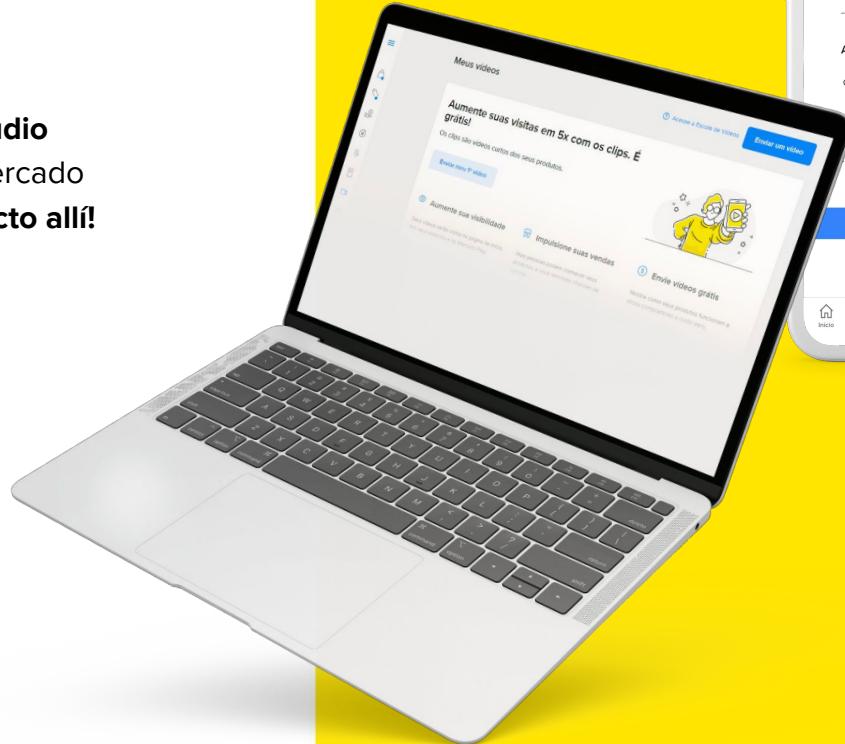




PUBLICA TU VIDEO

¿Ya tienes el video listo y solo necesitas publicarlo? Entonces solo ve al **Video Studio** ingresando con tu cuenta principal de Mercado Libre. ¡Haz clic aquí y te llevaremos directo allí!

[Accede a Clips](#)





¡GRACIAS!

Y MUCHO ÉXITO CON TUS CLIPS

AS GRACIAS

MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GRACIAS

MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GRACIAS .

