

Mercado Libre Clips ⚡

MANUAL DE MODERACIÓN DE CONTENIDO

*Todo lo que precisás saber para
que tu video sea aprobado*





SUMÁRIO



- 01 •** ¿Cómo funciona Clips?
- 02 •** Las reglas del juego
- 03 •** Requisitos básicos.
- 04 •** Criterios de moderación
- 05 •** Elevando el nivel de sus contenidos
- 06 •** Publicando tu video



QUÉ ES *CLIPS* Y CÓMO TE PUEDE **AYUDAR**



¿Cómo funciona Clips?

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

01

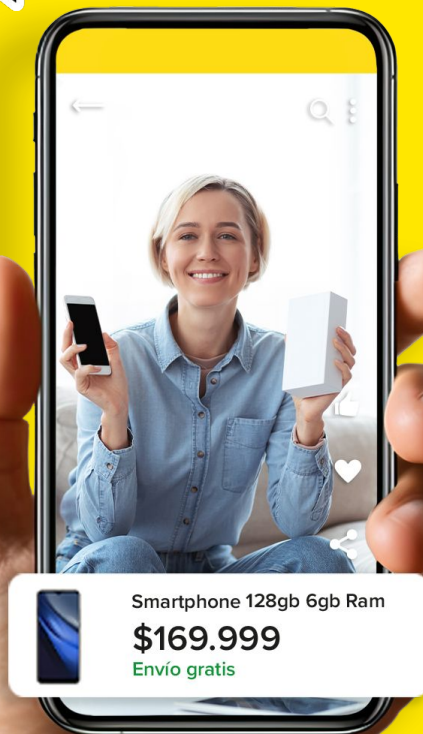
Conectar con potenciales compradores

02

Eliminar dudas sobre tu producto

03

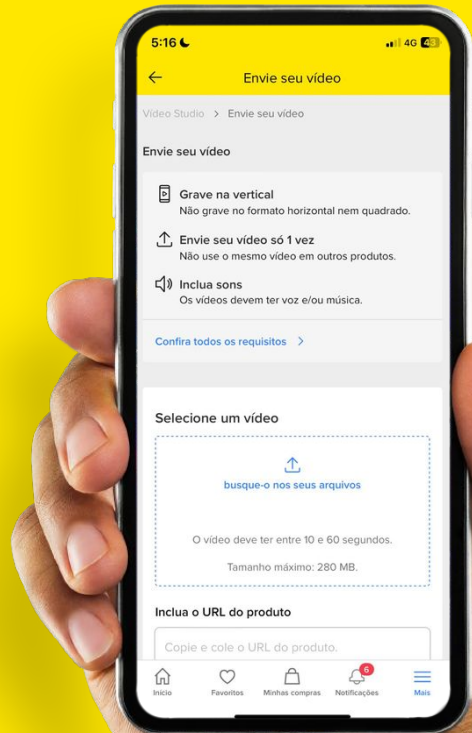
Aumentar las visualizaciones de tus publicaciones



Las reglas del juego

Pensando en la experiencia del cliente (y siguiendo las principales tendencias de producción de contenido), creamos algunas reglas básicas para que Clips sea relevante y atractivo para la audiencia. Además de ser un aliado más del vendedor para aumentar sus visitas y, por lo tanto, sus ventas.

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



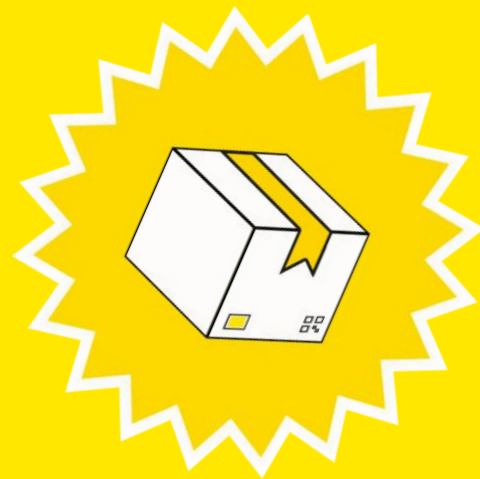


ANTES DE PASAR A LOS
CRITERIOS DE MODERACIÓN:
RESUMEN DE LOS REQUISITOS BÁSICOS
PARA PUBLICAR UN CLIP



REQUISITOS BÁSICOS

- Grabá en **formato vertical 9:16**.
- Creá una narrativa de **una sola publicación**.
- El video debe tener **entre 10 segundos y 1 minuto**.
- Subí el video en uno de estos formatos: **mp4, mov, mpeg, avi**.
- Tu video debe tener un **tamaño máximo de 280 MB**.
- Tu video debe tener una **calidad mínima de 360 x 640 píxeles**.





¡AHORA VAMOS A LO PRINCIPAL: **LOS CRITERIOS DE MODERACIÓN**



PRINCIPALES CRITERIOS DE MODERACIÓN RECHAZADOS



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

Saber más

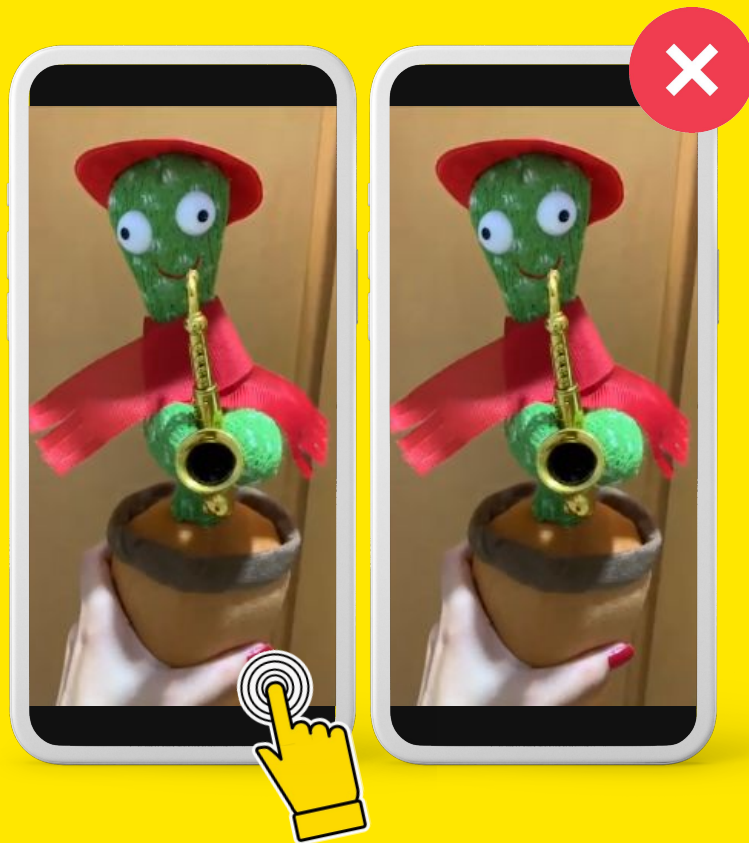
Conozca todos los criterios

VIDEO DUPLICADO

En la plataforma, cada video puede ser publicado una sola vez. La idea es cuidar tu contenido para que no lo copien y también para que la gente no se aburra viendo los mismos videos una y otra vez.

Qué hacer:

Podés subir más de un video para una publicación, así que **tratá de variarlos** para que distintos tipos de personas se enganchen y se interesen en tu producto. Tené en cuenta que si tenés un video esperando a ser aprobado, no trates de subirlo de nuevo porque la plataforma puede detectarlo como un video duplicado.

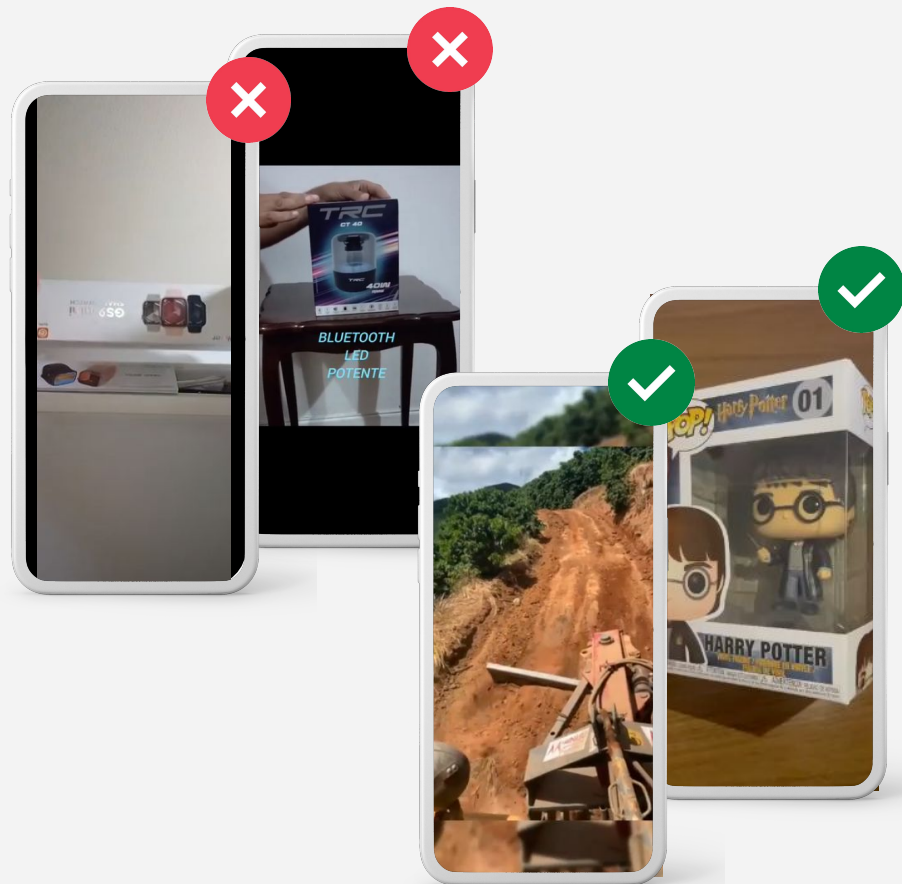


FORMATO DIFERENTE AL VERTICAL

Para que se vea mejor, el video tiene que ocupar toda la pantalla en vertical. Sin bordes que llenen los espacios vacíos.

Qué hacer:

Grabá siempre en vertical en formato 9:16. Es el formato que usa la plataforma y cómo va a ver el video tu cliente. Así, la calidad del video y la experiencia del usuario son mejores.



PUBLICIDAD DE LA MARCA O DE MERCADO LIBRE

No podés poner logos, marcas de agua, animaciones de principio o fin, ni resaltar la marca del producto, la tienda o Mercado Libre.

Qué hacer:

Concentrate solo en el producto, mostralo en acción y hablá de sus funciones. Sacale fotos desde varios ángulos o respondé a las preguntas más comunes de los clientes. Este no es el momento para hacer publicidad de la marca, la tienda o Mercado Libre. Ojo con los logos y marcas de agua de las aplicaciones de edición y redes sociales, también están prohibidos.





SIN AUDIO

El audio del video debe ser de buena calidad, sin ruido de fondo ni interferencias. El video puede contener como máximo el 20% del tiempo total sin sonido. Videos sin sonido o con audio deficiente generan desinterés en el público.

Qué hacer:

Usá una música de fondo suave o grabá una narración en un entorno sin ruidos.
Las canciones de nuestra biblioteca son sin derechos de autor.

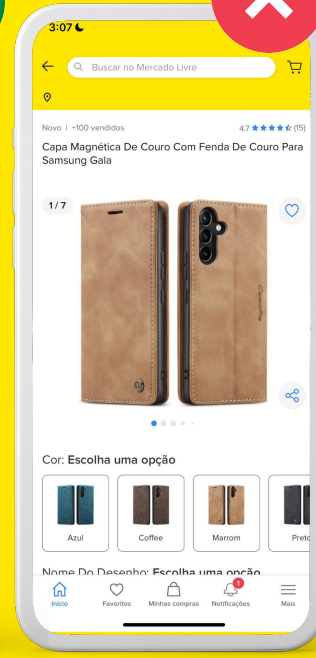
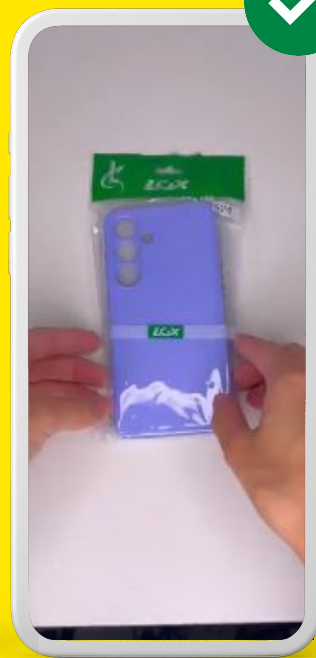
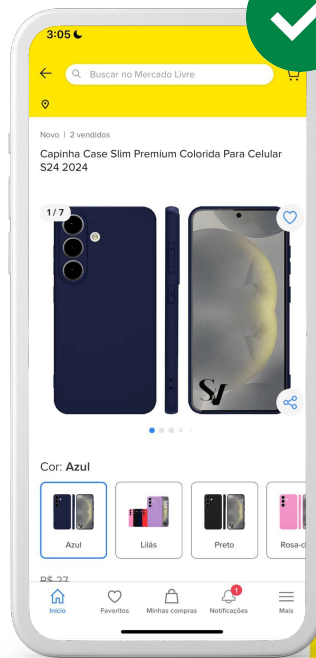


PRODUCTO NO RELACIONADO

El video tiene que mostrar el producto que corresponde a la publicación.

Qué hacer:

Mostrá en el video exactamente lo que el cliente va a recibir cuando compre. Además de mostrar el producto en uso y sus funciones, asegurate de mostrarlo completo, con todas sus piezas y accesorios.



Para publicaciones de **kits** con **productos diferentes** es necesario **mostrar todos**. En caso de ser un **kit de productos iguales**, se puede mostrar **solo 1 producto** y mencionar que es un kit con **X unidades**.



MÁS CRITERIOS DE **MODERACIÓN**

Criterios Audiovisuales

- **MARCAS DE AGUA O LOGOS**
- **NO RESPETA EL ÁREA ÚTIL**
- **IMÁGENES ESTÁTICAS**
- **PANTALLA NEGRA**
- **RESOLUCIÓN/ESTABILIDAD**
- **MALA ILUMINACIÓN**
- **SONIDO DE MALA CALIDAD**
- **PRODUCTO SIN CONTEXTO**
- **OTRO IDIOMA**
- **SIN CIERRE FINAL**
- **PRODUCTO EN MALAS CONDICIONES**

Criterios de Contenido Sensible

- **CONTENIDO SEXUAL**
- **CONTENIDO OFENSIVO/DISCRIMINATORIO**
- **CONTENIDO VIOLENTO**
- **CONTENIDO DE LOTERÍA/CONCURSOS**
- **CONTENIDO COMPARATIVO O DIFAMATORIO**
- **CONTENIDO POLÍTICO**
- **ARTÍCULOS PROHIBIDOS**
- **MENORES DE EDAD**

Criterios de Seguridad

- **DATOS PERSONALES**
- **IMÁGENES DE MERCADO LIBRE**
- **PROPIEDAD INTELECTUAL**
- **INFORMACIÓN ENGAÑOSA**
- **NORMATIVAS DE PUBLICIDAD**
- **CONDICIONES DE VENTA**



MARCA DE AGUA O LOGOS

El video no puede tener marcas de agua ni logos de otras aplicaciones como redes sociales o editores de video. Tampoco se permiten grabaciones de pantalla.

Qué hacer:

Al editar el video, cortá o eliminá las escenas donde aparezcan esos logos. Tené cuidado con las animaciones de inicio y cierre, que tampoco están permitidas.





DATOS PERSONALES

Está prohibido mencionar o mostrar información de contacto o canales de venta fuera de Mercado Libre. Ejemplos: sitios web, redes sociales, teléfonos, correos electrónicos, códigos QR, direcciones, entre otros.

Qué hacer:

No menciones ningún tipo de información como la mencionada, ni la incluyas en la edición del video. Cubrí o eliminá información de cajas y embalajes, como direcciones en paquetes de entrega.





IMÁGENES ESTÁTICAS

El video puede ocupar como máximo el 30% del tiempo total con imágenes estáticas y/o texto, sin perder dinamismo y presentando información sobre el producto.

Qué hacer:

Grabá videos desde diferentes ángulos de tu producto en lugar de usar fotos. Mostrá cómo se usa, qué problemas resuelve, sus funcionalidades o respondé las preguntas más comunes.





MENORES DE EDAD

No se permite el uso de imágenes de menores de edad, incluso si no se muestra el rostro, como por ejemplo, manos, pies o niños 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 cualidades.

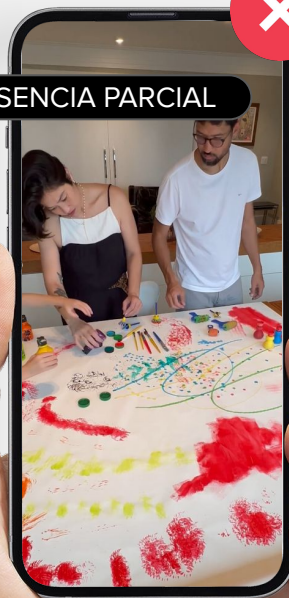


MENORES DE EDAD

PRESENCIA



PRESENCIA PARCIAL



VOZ



DIRECCIÓN



CONDICIONES DE VENTA

El vídeo no debe mencionar ofertas, precios, envíos gratuitos, condiciones de venta, garantías, regalos o descuentos, ni hacer referencia a campañas específicas como **Hot Sale** o **Black Friday**. Esta norma evita la difusión de información que pueda estar desactualizada o ser confusa, ya que los usuarios no pueden verificar la vigencia de las promociones en el momento de ver el vídeo.

Qué hacer:

Concéntrate en mostrar únicamente tu producto, responder las preguntas más comunes, presentar qué problemas resuelve o cuáles son sus funcionalidades. Otras informaciones como las mencionadas anteriormente estarán únicamente en la publicación.



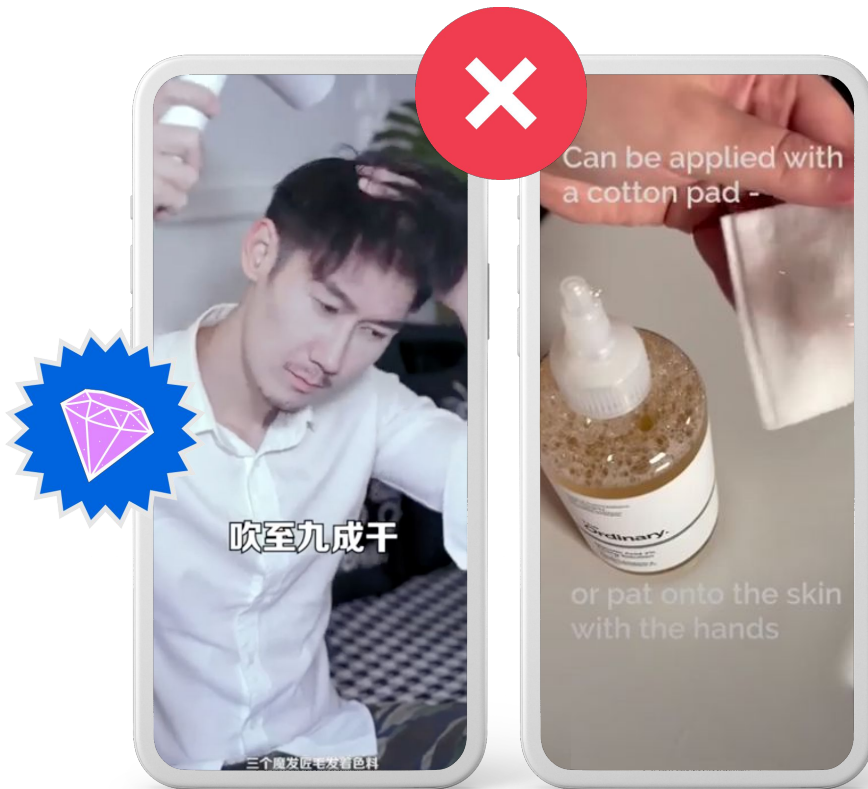


OTRO IDIOMA

El vídeo **no debe** contener voz, texto y/o pantallas de dispositivos en otro idioma que no sea el español.

Qué hacer:

Usar solo portugués para hablar o describir el producto. Es importante que el cliente entienda todo el video y sepa exactamente qué está comprando.





RESOLUCIÓN/ ESTABILIDAD

El video no debe tener imágenes que no permitan ver claramente los detalles del producto. Por ejemplo: mala iluminación, imagen invertida, escenas repetidas en "bucle", borrosas, pixeladas o que reflejen demasiada luz.

Qué hacer:

Buscá un entorno con buena iluminación, pero cuidado con los reflejos, hacé varias escenas mostrando el producto desde diferentes ángulos y si la imagen está invertida podés ajustarlo al editar el video.

1

Resolución Baja

2

**Mismo clip
repetido en bucle**

3

Video movido

4

**Video espejado dificultando la
visualización del empaque**

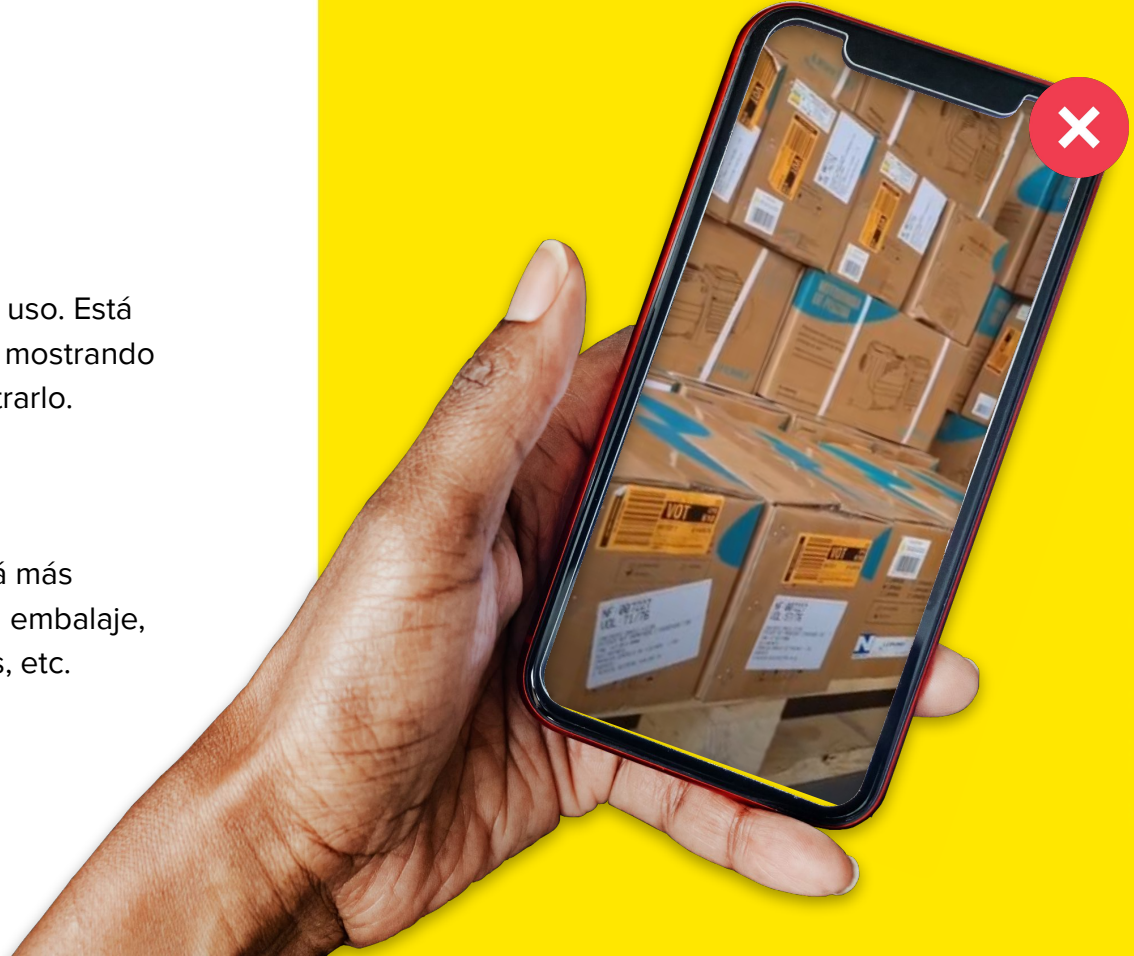


PRODUCTO SIN CONTEXTO

El video debe mostrar el producto en uso. Está **prohibido** presentar el producto solo mostrando la caja o hablar del producto sin mostrarlo.

Qué hacer:

Mostrá tu producto en uso o presentá más detalles sobre él en el video, como el embalaje, la forma de utilizarlo, los diferenciales, etc.

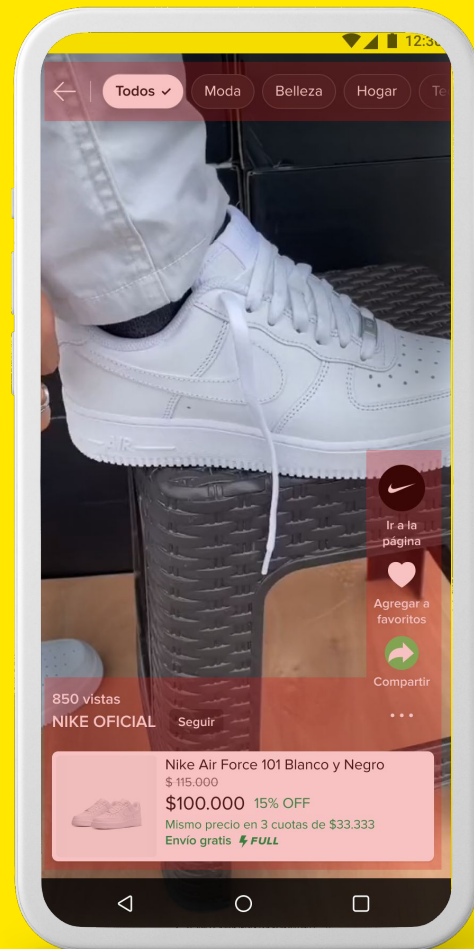


NO RESPETA EL ESPACIO ÚTIL

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

Qué hacer:

Insertará los textos dentro del área útil del video para que no se oculte ninguna información y procurará no estropear la visualización del producto.





NORMATIVAS DE PUBLICIDAD

Algunas categorías de productos tienen normativas específicas y el video debe mencionar las normas aplicables en publicidad y marketing y no violarlas.

Qué hacer:

Incluí las normativas necesarias según la categoría de tu producto, asegurándote de que estén dentro del área visible del video y no dificulten la visualización del producto.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

COSMÉTICOS

SUPLEMENTOS



Bebidas Alcohólicas

- Los videos de bebidas alcohólicas **no pueden** mostrar el consumo del producto y se debe incluir la leyenda “**Beber con moderación. Prohibida su venta a menores de 18 años.**”

Cosméticos

- Se encuentra **prohibido** afirmar que el uso de los cosméticos podrá aportar soluciones milagrosas o que resulten engañosas poniendo en riesgo la salud humana.

Suplementos Dietarios

- Los videos de suplementos **se debe** incluir la leyenda: “**Suplementa dietas insuficientes. Consulte a su médico y/o farmacéutico.**”.
- Se podrá incluir la leyenda “Ayuda a prevenir (...)” o “Ayuda a proteger (...)” siempre que esas declaraciones resulten beneficiosas ante una enfermedad clásica por deficiencia de nutrientes.



SIN CIERRE FINAL

El video debe tener un cierre, pero sin una llamada a la acción que no esté permitida, como: comentar, suscribirse, dirigir a links o llamar para acceder al sitio.

Qué hacer:

Grabá un cierre breve o usá acciones permitidas como "comprar", "acceder al producto", "añadir a favoritos", "compartir" o "ver más videos".

Algunos ejemplos de lo que

NO se debe utilizar:

1

Link en la bio



2

Comentá



3

Suscribite



4

Accedé al sitio



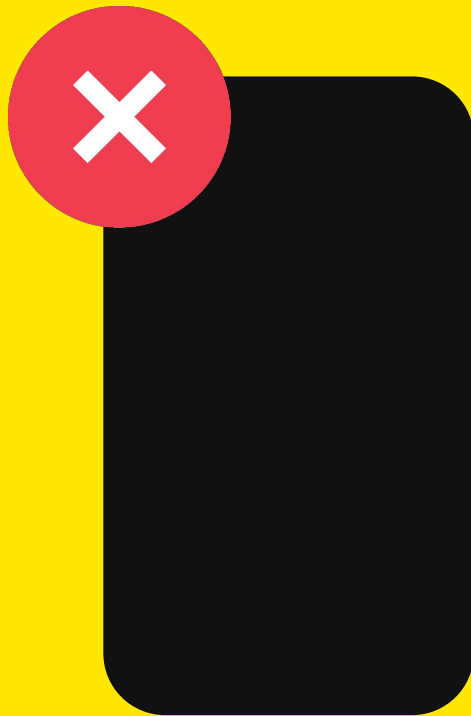


PANTALLA NEGRA

Está prohibido que el video solo tenga narración o que permanezca sin imágenes durante un largo período de tiempo.

Qué hacer:

Grabá videos desde diferentes ángulos de tu producto, mostrá cómo se utiliza, qué tipo de problema resuelve, sus funcionalidades o respondé a las principales preguntas de los clientes. Lo importante es que esté bien presentado en video.



CONTENIDO SEXUAL

El video **no debe** mostrar contenido sexual explícito o sugerente. Los productos de sex shop como disfraces, lubricantes, vibradores, entre otros, no pueden ser exhibidos en el video.

Qué hacer:

Intentá no hacer un video sugestivo, enfócate en la calidad de tu producto o en información más técnica.



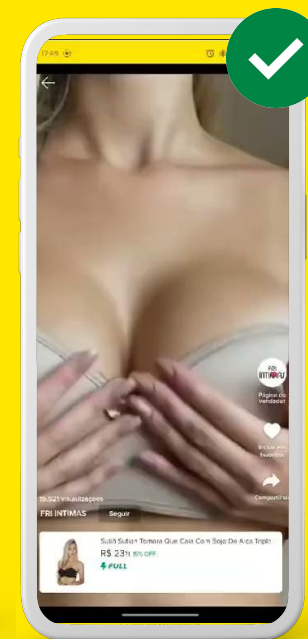


CONTENIDO **SEXUAL**

Contenido de Ropa Interior

Es una buena práctica narrar o describir con textos los materiales y otras informaciones relevantes sobre la pieza. También es recomendable mostrar diferentes tallas para contemplar a diferentes clientes.

No están permitidas escenas muy prolongadas y/o que hagan demasiado zoom en las partes íntimas de los modelos. En el caso de detalles localizados en los pechos, la entrepierna o las nalgas, se recomienda mostrar los detalles de la prenda fuera del cuerpo, para no exponer demasiado las partes íntimas de los modelos. No están permitidas escenas que simulen situaciones de fetiche erótico, como BDSM y similares. Tampoco se permiten escenas donde se puedan ver pezones, vello púbico y otras partes íntimas a través de transparencias o recortes.





CONTENIDO OFENSIVO/DISCRIMINATORIO

El video no debe contener contenido grosero, ofensivo, vulgar o discriminatorio en ningún aspecto como imagen, banda sonora o narración.

Qué hacer:

No utilices imágenes ni música que tengan las características mencionadas. Concentrate únicamente en el producto y favorece las pistas blancas o las narraciones con un lenguaje informal, pero sin excesos.



*Cuidado con la
música que contenga
**malas palabras o
connotaciones
sexuales!***

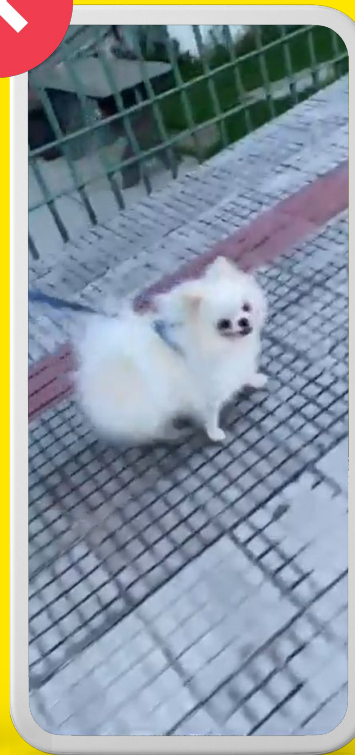
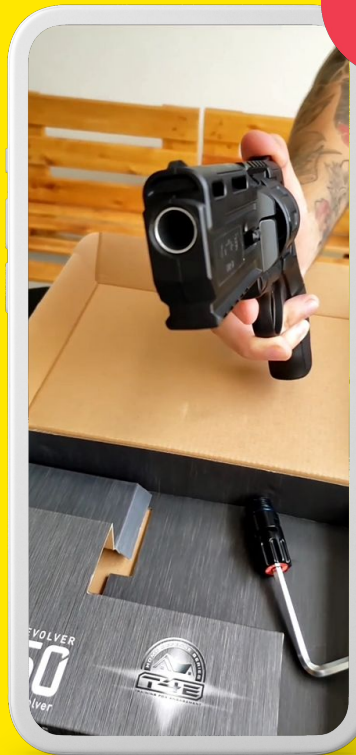


ARTÍCULOS PROHIBIDOS

No está permitido difundir un video sobre un producto que infrinja la política de "Artículos prohibidos".

Para obtener más información sobre esta política, hacé clic en este link:

Artículos prohibidos.





PRODUCTOS PROHIBIDOS EN CLIPS

ARMAS

- Réplicas y/o juguetes que imitan armas de fuego.
- Pistolas de paintball, aire comprimido y airsoft están permitidas si tienen un calibre igual o inferior a 6 mm y con una marca en el extremo del mango en color naranja fluorescente o rojo brillante, así como sus accesorios y municiones.
- Armas para artes marciales y combate cuerpo a cuerpo, como nunchucks, esposas y porras.

ANIMALES

- Animales vivos y huevos de animales.

DROGAS Y TABAQUERÍA

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

SEX SHOP

- Disfraces eróticos y catsuits.
- Productos para prácticas sexuales o fetiches eróticos, como BDSM, látigos, arneses y correas.
- Juguetes sexuales, incluyendo vibradores, anillos, muñecas inflables y estimulantes sexuales.
- Bomboneras para adultos o 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 banda sonora o la narración.

Qué hacer:

Evita utilizar imágenes ni música que tengan esas características. Concéntrate únicamente en el producto y preferir música suave o narraciones con un lenguaje informal, pero sin exageraciones.



*Tené **cuidado** al usar videos de juegos **violentos** y/o que **contengan armas**.*



SONIDO DE MALA CALIDAD

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

Qué hacer:

Usá música suave de fondo o grabá una voz en off en un ambiente silencioso para agregar al video durante la edición.

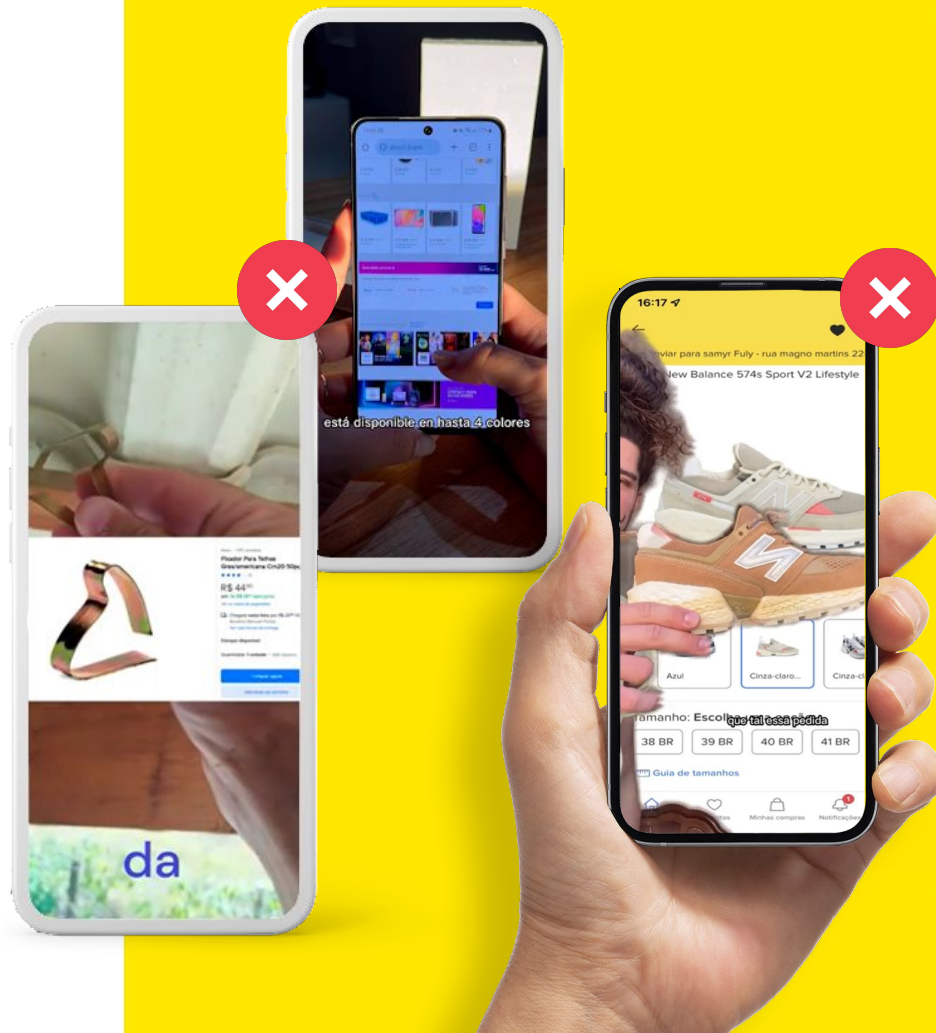


IMÁGENES DE MERCADO LIBRE

No se permite mostrar la página de productos o secciones de **Mercado Libre**.

Qué hacer:

Tomá imágenes solo del producto, utilizá diferentes ángulos para mostrarlo bien y darle al cliente una mejor idea del mismo. Recordá que el enfoque siempre debe estar en el producto y nada más.



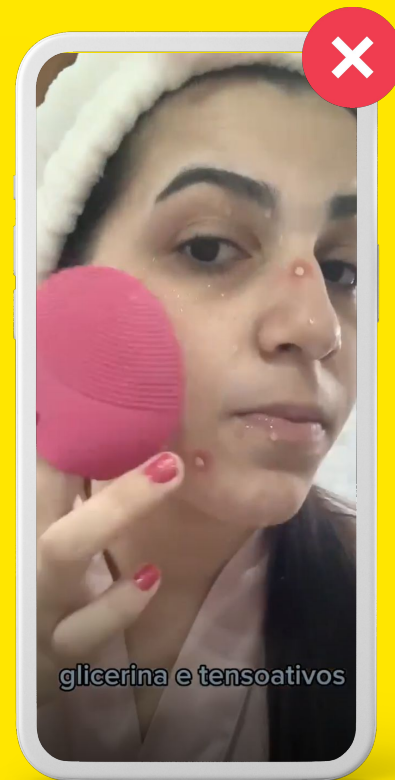


INFORMACIÓN ENGAÑOSA

El video no debe mostrar información incorrecta, falsa o no verificada sobre el producto.

Qué hacer:

Realizá un video que muestre lo que el producto **realmente puede hacer**, qué tipo de problema resuelve o respondé a las preguntas principales de los clientes. De esta manera, el cliente sabrá exactamente lo que está comprando, estará más satisfecho con la compra y se reducirán las posibilidades de devolución.



CONTENIDO DE LOTERÍA/CONCURSOS

Está **prohibido** promover concursos, sorteos, juegos de azar o ofrecer descuentos, cupones o regalos a cambio de compras.

Qué hacer:

Enfocate solo en el producto, mostrá sus diferencias y respondé las preguntas principales que pueda tener el cliente sobre él. Recordá que el objetivo es que el cliente conozca mejor el producto **y nada más**.



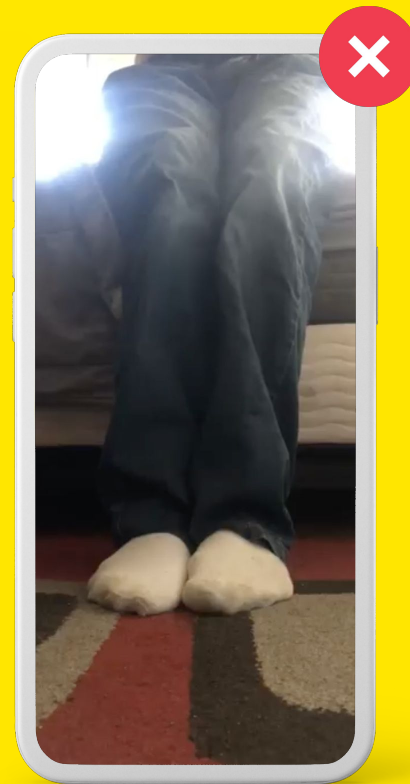


MALA ILUMINACIÓN

La iluminación del video debe estar pensada para mostrar el producto y sus detalles. Un video mal iluminado no permite apreciar bien los detalles del producto.

Qué hacer:

Buscá un entorno con buena iluminación, pero cuidado con los reflejos. Grabá varias escenas mostrando el producto desde diferentes ángulos y, si la imagen está invertida, podés corregirla durante la edición del video.





CONTENIDO COMPARATIVO O DIFAMATORIO

El video no debe incluir comparaciones con otros productos o marcas que tengan una connotación difamatoria.

Qué hacer:

Concéntrate en tu producto, en sus características distintivas y en cómo ayuda a resolver problemas. No es necesario mencionar otros productos o marcas para destacar el tuyo.



Recuerde:
*su cliente quiere
conocer su producto,
no el de la
competencia.*

PROPIEDAD INTELECTUAL

El video no debe infringir los derechos de imagen o de propiedad intelectual, como los derechos de autor o de marca.

Qué hacer:

Siempre presentá productos originales en tus videos y no uses contenido de terceros, crea contenido propio. Para la música de fondo, utilizá música libre de derechos de autor, también conocida como música blanca.



*¿Conocés esa canción
que está **de moda**?
Seguro tiene **derechos
de autor** y **no se puede
usar.***



PRODUCTO EN MAL ESTADO

Está prohibido mostrar un producto en mal estado en el video.

Qué hacer:

Siempre usá un producto nuevo y en buen estado, ya que la idea es mostrar el producto tal como llegará al cliente. Presentar un producto muy usado no es atractivo para los interesados en comprar.





CONTENIDO **POLÍTICO**

No está permitido incluir contenido político en el video, expresar opiniones a favor o en contra de leyes, partidos políticos o candidatos.

Qué hacer:

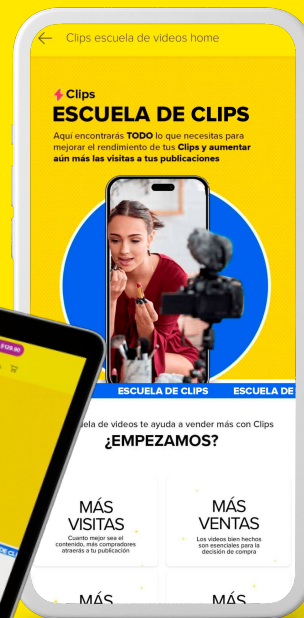
Concentrate solo en el producto, mostrá sus características distintivas y respondé las principales preguntas que pueda tener el cliente sobre él. Recordá que el objetivo es que el cliente conozca mejor el producto y nada más.



LLEVÁ TU CONTENIDO AL SIGUIENTE NIVEL

Pensando en vos que estás comenzando a crear contenido ahora o que ya estás familiarizado con este medio pero siempre buscás inspiración, creamos Escuela de Clips. Es una plataforma de enseñanza completamente gratuita con consejos sobre todo lo relacionado con la producción de contenido. Hacé clic en el botón de abajo para acceder.

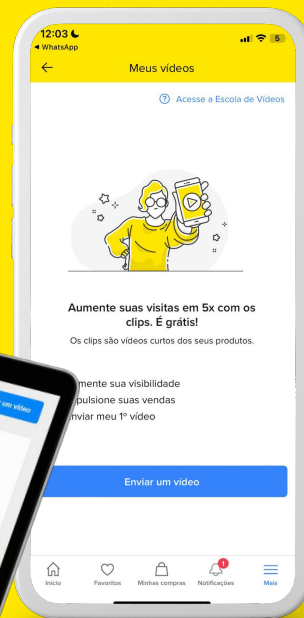
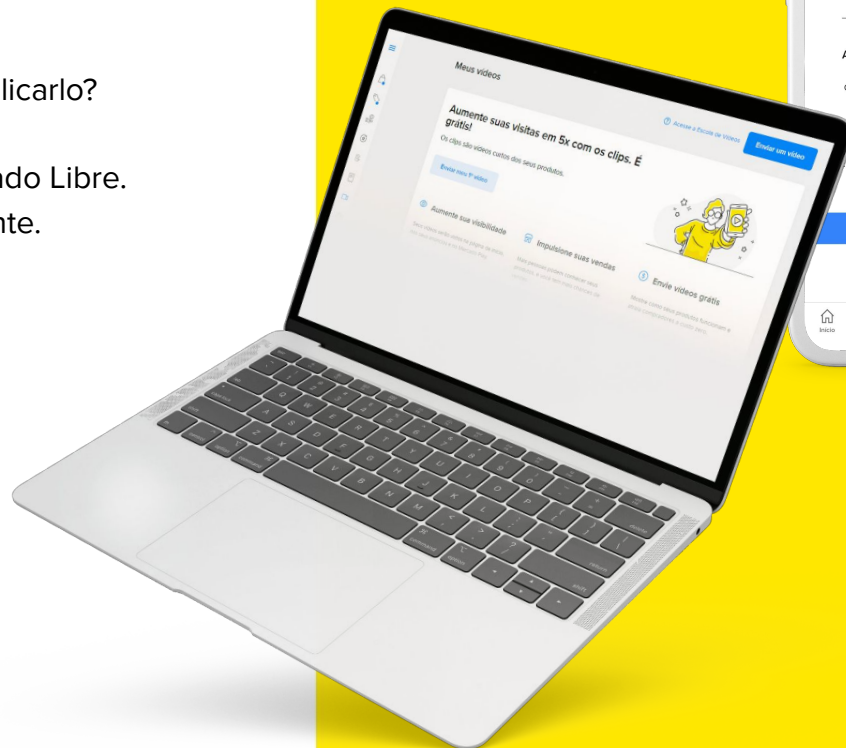
[Accedé a Escuela de Clips](#)



PUBLICÁ TU VIDEO

¿Tenés tu video listo y solo necesitas publicarlo?
Entonces solo tenés que ir a Clips
conectado a tu cuenta principal de Mercado Libre.
Hacé clic aquí y te llevaremos directamente.

Ir a Clips





S GRACIAS . MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GR

¡GRACIAS!

Y MUCHO ÉXITO CON TUS CLIPS

MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GRACIAS . MUCHAS GRACIAS