VEO7 se rebela contra el algoritmo: 'Yo no busco. Yo veo'

Comunicados | 27/10/2026 | 00:00

El canal en abierto de las grandes series lanza 'Yo veo la tele. Yo veo7', una campaña firmada por la agencia creativa independiente BlackFlag que reivindica el consumo lineal frente a la fatiga de elección de las plataformas de streaming

El canal en abierto de las grandes series lanza 'Yo veo la tele. Yo veo7', una campaña firmada por la agencia creativa independiente BlackFlag que reivindica el consumo lineal frente a la fatiga de elección de las plataformas de streaming

VEO7, el canal de la TDT dedicado exclusivamente a las grandes series, estrena campaña de marca con un mensaje directo: apostar por el consumo lineal de TV no es otra cosa que reivindicar que otra forma de entender la vida, sin plataformas de por medio, es posible. 'Yo veo la tele. Yo veo7' pone en valor lo que ni las plataformas ni los canales generalistas pueden reclamar: encender, sentarse y disfrutar.

El insight: elegir se ha convertido en trabajo

La campaña parte de una tensión que cualquier espectador reconoce. La promesa del streaming —'ver lo que quieras, cuando quieras'— ha derivado en gestionar lo que podrías ver. Un adulto dedica de media unos 7,4 minutos al día solo a decidir qué ver, alrededor de 45 horas al año navegando menús, mientras las tarifas de streaming en España han crecido un 81,7 % entre 2015 y 2025, frente a un 18,5 % de inflación general. La psicología lo llama parálisis por análisis.

Frente a eso emerge una rebeldía tranquila: anti-FOMO, "menos es más", el placer de lo predecible. Y la televisión tradicional sigue ahí: cerró la temporada 25/26 con 47,1 millones de espectadores únicos, el 99 % de la población, y 163 minutos de consumo diario.

El concepto: "Yo veo"

BlackFlag convierte el propio nombre del canal en una declaración en primera persona. "Yo veo" no funciona como un claim, sino como una actitud: la de quien ya sabe lo que le gusta y no necesita que un algoritmo se lo recuerde.

"Yo veo. Yo veo que ya sé lo que me gusta. Yo veo a mi ritmo, no al del algoritmo. Veo personajes que son como de la familia. Veo suspense. Yo no busco. Yo veo. Yo veo la tele. Yo veo7".

Las propias series son el lenguaje de la campaña. NAVY: Investigación Criminal, Ley y Orden: Unidad de Víctimas Especiales, Blindspot, Vigilados (Person of Interest) y Blue Bloods protagonizan cada pieza a través de sus personajes más reconocibles y de sus horarios de emisión, reforzando el hábito de cita fija que define la televisión lineal.

Una nueva etapa para VEO7

La campaña coincide con el arranque de una nueva etapa para el canal. VEO7 estrena series como Blindspot y nuevas temporadas de algunos de sus títulos más icónicos, como Ley y Orden: Unidad de Víctimas Especiales, Blue Bloods o Vigilados. Una apuesta de Unidad Editorial por fidelizar a su audiencia y atraer a nuevos espectadores con una programación construida sobre grandes historias de suspense, policiacas y de investigación.

Una campaña 360

La campaña se despliega en televisión con un spot principal de 20" y versiones de 10" y 5", tres cuñas de radio, piezas para redes sociales (reels y carruseles por serie), display y print.

Primer spot de televisión para BlackFlag

Para BlackFlag, agencia creativa independiente nacida en Madrid en 2022 y especializada en marcas del ecosistema digital, VEO7 supone su primera campaña emitida en televisión.

"Tiene algo de paradoja bonita: una agencia que nació en lo digital, estrenándose en televisión con una campaña que defiende la tele lineal. Pero para nosotros nunca ha ido de canales, sino de ideas. VEO7 tenía algo que ninguna plataforma puede comprar: un nombre que ya es una promesa. Solo había que decirlo en voz alta", señala Bernardo Moleón, cofundador y Chief Strategy Officer de BlackFlag.

La campaña ya está en antena. Spot: https://youtu.be/iSnZgWZiQQ4?si=VHjs29qyGJ0n0wBn

Ficha técnica

Anunciante: VEO7

Campaña: 'Yo veo la tele. Yo veo7'

Agencia: BlackFlag

Estrategia: Paula López, Bernardo Moleón

Dirección creativa: Pablo Barrionuevo, Carmen Bescansa

Diseño: Paula Rodríguez Pereiro, Paty Bonetto

Edición y motion graphics: Rebeca García Lozano

Estudio de sonido: La Panadería

Locución: Dani Morales

Medios: TV, radio, RRSS, display y print

Sobre BlackFlag

BlackFlag es una agencia creativa independiente "open source" con sede en Madrid, fundada en 2022 por Bernardo Moleón, Juan Fernández-Estrada y Nacho Rivera. Construye marcas icónicas a prueba de futuro conectando estrategia con una red de más de 20 talentos creativos independientes, en tres áreas: Branding, Creatividad y Social. Entre sus clientes figuran Blue Banana, Springfield, Cupra, TRIVU, Kids&Us, Pirelli, Metzeler o Haier. Forma parte del TOP 100 de Agencias Creativas Independientes de El Publicista 2025. blackflag.es

Vídeos

https://www.youtube.com/watch?v=iSnZgWZiQQ4

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/comunicado/307355-veo7-se-rebela-contra-el-algoritmo-yo-no-busco-yo-veo.htm