



## **UNIVISION PULLS OUT ALL THE STOPS IN FINAL MILE OF DTV EDUCATION EFFORT; LATIN GRAMMY® AWARDS PROGRAM TO PLAY ROLE IN EFFORTS**

*Company Leverages TV, Radio and Online Platforms for Massive Campaign to Mark 100-Day Countdown to DTV Transition*

---

**NEW YORK, NY, NOVEMBER 10, 2008** – Univision Communications Inc., the nation’s leading Spanish-language media company, today announced the last phase of the Company’s massive multi-platform education campaign to raise awareness about the upcoming transition to digital television (DTV). The announcement immediately followed a press conference hosted by the National Association of Broadcasters (NAB) in Washington, D.C. at which various broadcasters and senior government officials urged Americans to get their homes ready for the digital broadcasting television transition.

“As we approach the final mile on the road to the DTV transition, Univision is energized by the substantially increased levels of awareness among Hispanic viewers, but we recognize that there is still a significant amount of work to be done to ensure our audiences are prepared,” said Joe Uva, chief executive officer, Univision Communications Inc. “Over the next 100 days we are focused on reaching our audiences through our top programs, including the Latin GRAMMY®s, to help our viewers take action.”

As part of the 100-day countdown, Univision will leverage the Latin GRAMMY broadcast on November 13<sup>th</sup> from Houston, Texas as part of this multi-platform effort. The strong message integration will also be seen in some of Univision and TeleFutura’s most popular network programs, which include “Al Punto” (To The Point), “Despierta América” (Wake Up America), “El Gordo y La Flaca” (The Scoop and the Skinny), “Primer Impacto” (First Impact), “República Deportiva” (Sports Republic), “Sábado Gigante” (Giant Saturday) and “Escándalo TV” (ShowBiz TV).

In addition, Univision is launching a series of public service announcements (PSA’s) focusing on the deadline, explaining the impact and advising viewers on the proper steps necessary to ensure a smooth DTV transition. The new PSA’s feature some of the network’s most popular personalities, including co-host of “Despierta América” Fernando Arau; squad captain for “Escuadrón Digital” (Digital Squad) Carlos Calderón; co-hosts of “El Gordo y La Flaca” Lili Estefan and Raul de Molina; the legendary host of “Sábado Gigante” Don Francisco; host of TeleFutura’s “Escándalo TV” and digi diva for “Escuadrón Digital” Lilia Rodriguez Luciano; and Cristina Saralegui, the popular host of “El Show de Cristina.”

Univision kicked off the 100-day countdown on Sunday, November 9<sup>th</sup>, with its fourth DTV network special, “TV Digital: ¡Falta Poco!” (Digital TV: It’s Almost Here), hosted by Carmen Dominicci and Fernando Arau. The half-hour special included an exclusive interview with the renowned Don Francisco, who shared with viewers a first-hand testimony on the evolution of television and the benefits of digital broadcasting. The

program also included guidance from Elena Chavez, the Spanish-language outreach manager for the Consumers Union, who answered questions from viewers across the U.S. about applying for government funded coupons, buying and installing converter boxes.

Univision television and radio stations across the country will include interviews on local public affairs programs, local news segments, community calendars and customized PSA's featuring TV and radio personalities. Community outreach efforts will include on-going Town Hall events hosted by local stations and "Escuadrón Digital" missions that will help people apply for coupons and demonstrate the installation of converter boxes.

In addition, [Univision.com](http://Univision.com) (keyword: **TV Digital**) will provide extensive daily coverage that includes a daily countdown, video clips from Univision TV shows, photo albums, educational articles and technical information on where to purchase and how to install converter boxes.

Univision launched the first and most aggressive, multi-media digital transition awareness campaign in October 2007. Since the campaign's launch, Univision has broadcast **four 30-minute DTV specials**, as of September 30<sup>th</sup> aired more than **70,000 DTV educational PSA's**, covered the issue through local and national news and public affairs programs, produced a comprehensive DTV mini-site on Univision.com that has received over 5.5 million page views, and has hosted more than **190 events across the nation** to facilitate the DTV transition process for Hispanics. Univision also has participated in seven soft analog tests in markets across the country. Educational efforts include Town Halls with representatives from the Federal Communications Commission (FCC) and the NAB.

In a recent survey conducted by the NAB, Hispanic residents have shown a significant increase in awareness of the transition to digital television broadcasting. The poll found that 92 percent of Hispanic respondents were aware that broadcast television signals will be switching to an all-digital format, a four point jump since NAB's May survey.

***About Univision Communications Inc.***

*Univision Communications Inc. is the premier Spanish-language media company in the United States. Its operations include Univision Network, the most-watched Spanish-language broadcast television network in the U.S. reaching 97% of U.S. Hispanic Households; TeleFutura Network, a general-interest Spanish-language broadcast television network, which was launched in 2002 and now reaches 85% of U.S. Hispanic Households; Galavisión, the country's leading Spanish-language cable network; Univision Television Group, which owns and operates 64 television stations in major U.S. Hispanic markets and Puerto Rico; Univision Radio, the leading Spanish-language radio group which owns and/or operates 70 radio stations in 16 of the top 25 U.S. Hispanic markets and 5 stations in Puerto Rico; and Univision Online, the premier Spanish-language Internet destination in the U.S. located at <http://www.univision.com> Univision Communications also has a 50% interest in TuTv, a joint venture formed to broadcast Televisa's pay television channels in the U.S. Univision Communications has television network operations in Miami and television and radio stations and sales offices in major cities throughout the United States. For more information, please visit [www.univision.net](http://www.univision.net)*

###

CONTACT: Adriana Ruiz-Lopez  
212-455-4712  
[marketingcomm@univision.net](mailto:marketingcomm@univision.net)

---



**UNIVISION REFUERZA SU CAMPAÑA DE EDUCACION PARA EL CAMBIO A LA TV DIGITAL; LA ENTREGA DEL LATIN GRAMMY® FORMA PARTE IMPORTANTE DE LOS ESFUERZOS**

*La Compañía Utiliza Plataformas de Televisión, Radio e Internet Para Lanzar Campaña Masiva Durante los Últimos 100 Días Antes del Cambio a la TV Digital*

**NEW YORK, NY, 10 DE NOVIEMBRE DE 2008** - Univision Communications Inc., la principal empresa de medios de comunicación en español del país, anunció hoy la última fase de su campaña masiva de múltiples plataformas para crear conciencia sobre la próxima transición a la televisión digital (DTV). El anuncio fue hecho seguido a una conferencia de prensa auspiciada por la Asociación Nacional de Teledifusoras (NAB, por sus siglas en inglés) en Washington, D.C. en la que varias cadenas televisivas y oficiales de alto rango del gobierno norteamericano exhortaron a los estadounidenses a tener sus casas listas para la transición digital de televisión.

“Al acercarnos a la milla final en el camino de transición a la televisión digital, Univision está muy entusiasmado por el sustancial aumento del número de televidentes hispanos que están conscientes de este importante cambio pero reconocemos que todavía hay mucho que hacer para preparar a nuestra audiencia”, dijo Joe Uva, director ejecutivo de Univision Communications Inc. “Durante los próximos 100 días estamos enfocados en llegar a nuestro público a través de nuestros programas principales, incluyendo los Latin GRAMMY, para ayudar a nuestros televidentes a tomar acción”.

Como parte de su esfuerzo en plataformas múltiples durante estos últimos 100 días del conteo regresivo, Univision aprovechará la entrega de los Latin GRAMMY®s que saldrá al aire el jueves 13 de noviembre desde Houston, Texas. El importante mensaje de integración también será visto en algunos de los programas más populares de Univision y TeleFutura, como "Al Punto", "Despierta América", "El Gordo y La Flaca", "Primer Impacto", "República Deportiva", "Sábado Gigante" y "Escándalo TV".

Adicionalmente, Univision ha puesto en marcha una serie de anuncios de servicio público (PSA), enfocados en el tiempo que falta, explicando los efectos de no estar preparados y asesorando a los televidentes sobre las medidas adecuadas necesarias para garantizar una transición sin tropiezos a la televisión digital. Para esta finalidad Univision contará con algunas de las personalidades más populares de la televisión hispana, incluyendo al presentador de "Despierta América", Fernando Arau, así como el capitán del "Escuadrón Digital", Carlos Calderón. También participarán los presentadores de "El Gordo y La Flaca", Lili Estefan y Raúl de Molina, el legendario animador de "Sábado Gigante" Don Francisco, y la presentadora de "Escándalo TV" y

digi-diva del "Escuadrón Digital" Lilia Rodríguez Luciano, y Cristina Saralegui, la popular anfitriona de "El Show de Cristina".

Además, este pasado domingo 9 de noviembre, Univision inició los 100 días de cuenta regresiva con su cuarto programa especial, "TV Digital: ¡Falta Poco!" animado por Carmen Dominicci y Fernando Arau. El especial de media hora incluyó una entrevista exclusiva con el famoso Don Francisco, quien compartió con los televidentes un testimonio de primera mano sobre la evolución de la televisión y los beneficios de la transmisión digital por televisión. El programa también contó con la orientación de Elena Chávez, vocera en español de la Unión de Consumidores, quien respondió a las preguntas de los televidentes en EE.UU. sobre la solicitud, compra e instalación de cajas convertidoras.

Las estaciones de radio y televisión de Univision en todo el país incluirán entrevistas en programas de asuntos públicos y noticieros locales, así como anuncios de servicio público con personalidades de la televisión y la radio. Las actividades locales de difusión incluirán asambleas comunitarias organizadas por las estaciones locales y el "Escuadrón Digital" con el objetivo de demostrar cómo se instala la caja convertidora.

Además, Univision.com (uniclave: Televisión Digital) incluirá diariamente una extensa cantidad de información, incluyendo un conteo regresivo, video de los diferentes programas de Univision, álbumes con fotos, artículos educativos y mucha información sobre dónde comprar y cómo instalar la caja convertidora.

En octubre de 2007, Univision lanzó la primera y más agresiva campaña para crear conciencia sobre la transición a la televisión digital. Desde el inicio de la campaña, Univision ha transmitido **cuatro especiales de DTV de 30 minutos**. Hasta el 30 de septiembre la cadena había transmitido más de **70,000 anuncios de servicio público DTV** y cubrió el tema en programas locales y nacionales de noticias y asuntos públicos. Además la cadena creó un mini-sitio de DTV en Univision.com que ha recibido la visita de alrededor de **5.5 millones de visitantes** y ha patrocinado más de **190 eventos alrededor de la nación** para facilitar el proceso de transición de DTV para los hispanos. Univision también ha participado en siete pruebas análogas en mercados claves alrededor de los Estados Unidos. Los esfuerzos educativos incluyen reuniones comunitarias con representantes de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) y la NAB.

En una encuesta realizada recientemente por la NAB, los residentes hispanos han mostrado un aumento significativo en el conocimiento de la transición a la transmisión por señal de televisión digital. El sondeo encontró que el 92 por ciento de encuestados hispanos estaba enterado que las señales de emisión de la televisión estarán cambiando a un formato todo-digital, representando un aumento de cuatro puntos comparado a la misma encuesta hecha por la NAB en mayo.

#### **Sobre Univision Communications, Inc.**

*Univision Communications Inc. es la empresa líder de medios de comunicación de habla hispana en Estados Unidos. Sus operaciones incluyen Univision, la cadena de televisión en español más vista en EE.UU., con cobertura del 97% de los hogares hispanos del país; TeleFutura, la cadena de televisión en español lanzada en 2002, con cobertura del 85% de los hogares hispanos de EE.UU.; Galavisión, la cadena de televisión por cable en español líder en el país; el Grupo de Televisión Univision, propietario y operador de 64 estaciones de televisión en los principales mercados hispanos de EE.UU. y Puerto Rico; Univision Radio, el principal grupo radial en español, propietario y/u operador de 70 emisoras de radio en 16 de los 25 principales mercados hispanos y de 5 emisoras de radio en Puerto Rico; y Univision Online, el destino de Internet en español más importante de EE.UU. con portal [www.univision.com](http://www.univision.com). Univision Communications tiene un 50% de participación en TuTv, empresa formada para distribuir en EE.UU. los canales de televisión por cable de Televisa. Univision Communications tiene su centro de operaciones de sus cadenas de televisión en Miami y estaciones y oficinas de ventas de televisión y radio en las principales ciudades de Estados Unidos.*

*Para mayor información, por favor visite [www.univision.net](http://www.univision.net).*

###

CONTACTO: Adriana Ruiz-Lopez

212-455-4712  
[marketingcomm@univision.net](mailto:marketingcomm@univision.net)

If you would rather not receive future email messages from Univision Network, let us know by clicking [here](#).  
Univision Network, 9405 NW 41 Street, Miami, FL 33178 United States