

A black and white portrait of a woman with dark, wavy hair, wearing large hoop earrings and a textured, dark sweater. She is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is dark and out of focus.

ela

— MIDIA KIT —

**The largest women's
magazine in circulation in
Brazil...**

**... And the only weekly
one!**

elza

Look at *ELA*

Full of charm since its creation in 1964, *ELA* was the first section aimed at female audiences in a Brazilian newspaper. Over 60 years later, the magazine leads the publishing market for **women** in all South America, as well as being the only weekly publication focused in beauty, fashion, and lifestyle.

Although ELA was born in Rio de Janeiro, she is a citizen of the world.

ELA evolved alongside its readers. Thus, it ceased to be merely a section in the print newspaper, O GLOBO, and became the women's publication/magazine with the greatest market penetration of São Paulo. Moreover, it also has a website focused on fashion, beauty, and wellness, which is a platform for events and debates that aim to reflect the aspirations of contemporary women.



Who is *ELA*

ELA anticipates fashion, beauty, and decor trends;

ELA values wellness, gastronomy, and tourism;

ELA highlights significant interviews and celebrity profiles;

ELA discusses diversity, concerns, and challenges of contemporary women;

ELA translates Rio de Janeiro's casualness and elegance for the rest of the country.





ela

**translates the Brazilian
diversity and fosters debates between
different generations and divergent
groups.**

eta



ELA is Brazil-sized in reach and Brazilian-bold in spirit

CIRCULATION

(PRINT + DIGITAL)

432288

COPIES¹

TOTAL READERS²

920 Mil

WEBSITE AUDIENCE³

6.4 MM

UNIQUE VISITORS*

4.4 MM

PAGE VIEWS**

SOCIAL MEDIA⁴

877K

FOLLOWERS

 301K

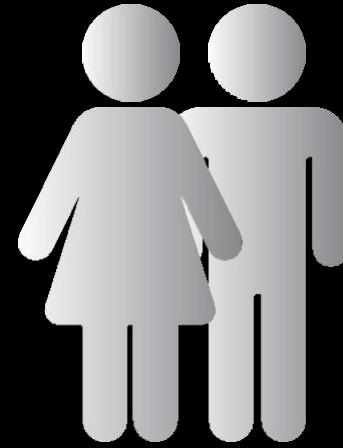
 501K

 66K



Sources: ¹IVC January/2026 (print + digital – Sunday average O Globo newspaper) // IBOPE– TG BR 2025 R3 - People: Magazine Readers: Read the print in the last 6 months // Comscore Multi-Platform Dec-Feb/2026 - * Total Digital Population -** Desktop and Mobile // Analytics Social Media February/2026 (data with overlap between the social media)

Audience



MAGAZINE

63% Women	29% 45 to 54 years
61% AB	08% up to 24 years
33% C	26% 25 to 34 years
	24% 35 to 44 years
	13% 55+ years

WEBSITE

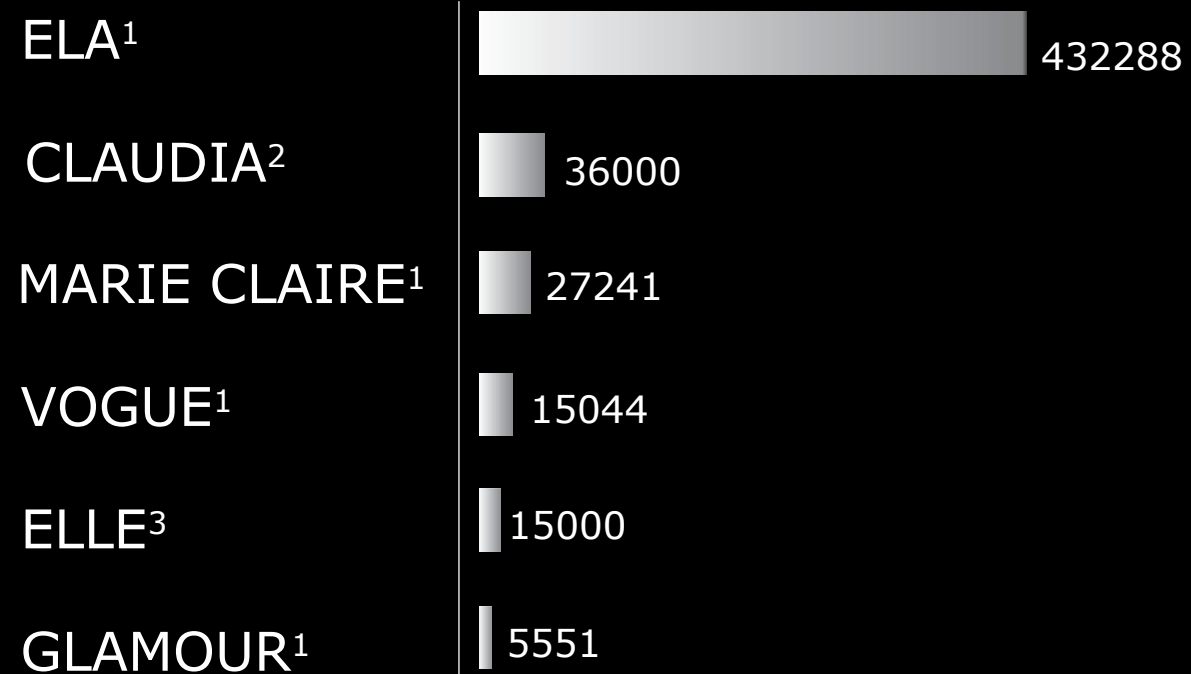
75% Women	40% 55+ years
47% AB	01% up to 24 years
38% C	07% 25 to 34 years
	30% 35 to 44 years
	22% 45 to 54 years

Sources: Magazine Profile -> Ibope – Brazil TGI – TG BR 2025 R3 - People: Magazine Readers: Read the print in the last 6 months // Website Profile -> Ibope – Clickstream MP TG BR 2024 R1- Personas.

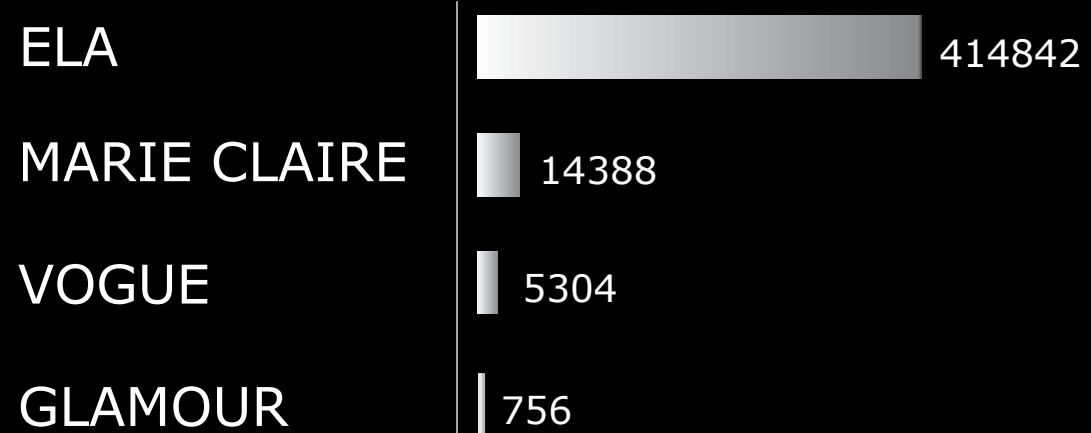
eta

The bigger, the better

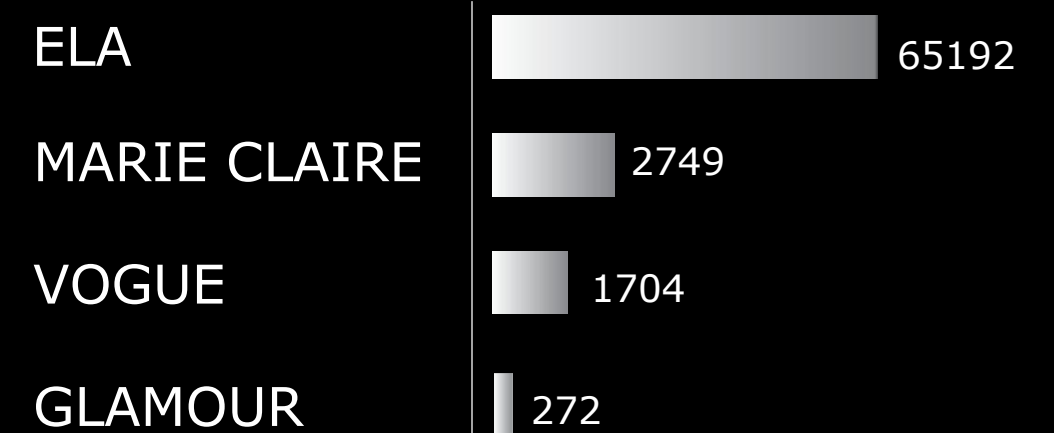
COPIES - BRAZIL



SUBSCRIBERS - BRAZIL¹



SUBSCRIBERS - SP¹



Sources: ¹IVC – Circulation Print edition + digital: Ela Magazine: Sunday average O Globo Newspaper January/2026; Marie Claire: November/2025, Vogue: December/2025 and Glamour: September/2025 | ² Editor – Circulation print + digital | ³ Editor – Press run print edition. The editors do not provide subscription data of Elle and Claudia magazines.

ela



ela

O GLOBO - 5 DE OUTUBRO DE 2025

CONCEIÇÃO EVARISTO
 UMA CONVERSA SOBRE AMOR, RESISTÊNCIA E LITERATURA COM A MAIOR ESCRITORA BRASILEIRA VIVA

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 10 DE OUTUBRO DE 2025

ILAI
 10 ANOS DE CARREIRA, DORES E DELÍCIAS DA MATERNIDADE E O PRIMEIRO ÁLBUM DE REGGAE

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 10 DE JULHO DE 2025

PRESTES A ESTREAR 'REALITY' ATRIZ FAZ CONFISSÕES SOBRE SEXO, MORGANNA E FEMINISMO

DE BO RAHI

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 10 DE DEZEMBRO DE 2025

AMOR, SOL & MAR
 CLARA MONEYKE E BRENO FERREIRA: UM CASAL CALIENTE

OS LOOKS E OS HITS DA ESTAÇÃO MAIS GOSTOSA DO ANO

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 8 DE JUNHO DE 2025

TAÍS ARAUJO
 UMA CONVERSA FRANCA COM A ATRIZ QUE CELEBRA 30 ANOS DE CARREIRA EM HORÁRIO NOBRE

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 10 DE OUTUBRO DE 2025

BOA HORA
 O PRIMEIRO DIA DAS MÃES DE DANI DAS ALMEIDA E A EXPECTATIVA COM A CHEGADA DE BERNARDO

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 11 DE JULHO DE 2025

MARIA FERNANDA LÂNDIDO
 A VIDA EM PARÍS E A CARREIRA DA ATRIZ QUE INTEGRA O ENCO DO PREMIADO 'O AGENTE SECRETO'

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 16 DE NOVEMBRO DE 2025

chi man da
 EMPODERAMENTO NEGRO, LITERATURA E MATERNIDADE NA VISÃO DA RENOMADA ESCRITORA NIGERIANA

POR PÂMILA RIBEIRO

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 9 DE NOVEMBRO DE 2025

DANDARA
 REPRESENTATIVIDADE INDÍGENA E ESTILO RESPONSÁVEL NA VESPERA DA COP30

100 ANOS DE GLOBO

O GLOBO - 20 DE JULHO DE 2025

re na ta vasconcellos
 100 ANOS DO GLOBO E QUASE 30 DE CARREIRA DE UMA DAS JORNALISTAS MAIS ELEGANTES DO PAÍS

100 ANOS DE GLOBO

Fashion



ODE À LIBERDADE

IMPORTÂNCIA DA DESIGNER BRASILEIRA QUE, ALÉM DE POPULARIZAR A MODA, DEIXOU UM LEGADO DE FEMINISMO E INDEPENDÊNCIA. A estilista Mary Quant (1930-2023) morreu no último dia 13, na Inglaterra, no condado de Surrey. Na moda, ela se curvou diante da família, o mundo da moda se curvou diante dela. "Devemos a ela a libertação das pernas", escreveu, na sua conta no Twitter, a diretora do jornal The New York Times, Vanessa Friedman. "Uma década marcada por uma transformação profunda em diferentes áreas do conhecimento, a Guerra do Vietnã, o movimento Maio de 68 são alguns exemplos —, mas também se reinventar. Migrou do domínio da costura para a consolidação do prêt-à-porter, da exploração da estética hippie e teve a participação



VISTA LOCAL

CONHEÇA A WELCOME SUNNY GARMENTS, MARCA CARIOCA QUE BUSCA EM COPACABANA NOVOS ARES PARA A MODA

Argentina art déco, crush de estampas, tartãs de todo o mundo, high end line. Qual futuro do Rio reúne essas características? Acertou quem respondeu Copacabana. É o Sunny Garments, fundada em 2021 e que já conquistou nomes como Marcelo D2, Johnny Massaro e Polliana Aleixo. "Queremos valorizar o Rio, designers, agregar frescor à moda carioca, que anda um pouco engessada", afirma Pedro Maril, de 30 anos, sócio de Felipe Gattai, também de 30, e Bernardo trabalhavam na Reserva.

O showstom está localizado num prédio comercial, no meio do movimento da Nova Serpentina de Copacabana. Todo decorado com azulejos de inspiração e mobiliário de designers renomados, destaques dividem o mesmo edifício.

O mix de referências que faz da Copacabana da vida a inspiração e acessórios caçam de alturas e materiais. O hábito essencial para as ocasiões, sereno de "Stories", estralado por personagens reais de Copacabana. "A cada coleção nos inspiramos em três pilares do bairro: a cultura, o esporte e a alta-costura", conta Felipe. A curadoria com os dias atuais se dá pelas estampas e traços de volta o uso de um cinto com estampa de onça, por exemplo", acrescenta Bernardo. A preparadora Paula Accoli celebra o sangue novo na Princesinha do Mar: "Tradição e modernidade podem e devem estar juntas e harmonizadas".

GRIFE FUNDADA EM 2021 POR TRÊS JOVENS JÁ CONQUISTOU NOMES COMO MARCELO D2, JOHNNY MASSARO E POLLIANA ALEIXO



DE CARA NOVA

MARCAS DO RIO E DO NORDESTE REJUVENESCEM A SEMANA DE MODA PAULISTA, QUE APOSTA EM COLEÇÕES COM VIÉS ATIVISTA

O espírito rejuvenescido da moda foi o palco do giro da 53ª edição da São Paulo Fashion Week (SPFW), que trouxe capas locais, novas grifes no line-up, diversidade e estantes com produtos bem elaborados e, ao mesmo tempo, artistas. Confira os destaques na pastinha.

Foi o caso da carioca Marina Bitu, que trabalha na marca brasileira com a sócia, Cecília Bitu. A dupla levou ao evento a história do Hotel Bitu. O traço plural e acolhedor do espaço, que funcionou em 1991, em Fortaleza, colaborou para que a cidade guardasse o status de cosmopolita que tem hoje. Marina Bitu saiu do disco solista o que é ser uma etiqueta modesta e elaborada, de nuances globais, técnicas como linho, em versões mais de volume, bordados manuais, feitos por artesãs locais, e plissados, que remetem a uniformes da regalia.

O cheiro do novo fez com que a consultora de moda Thais Fatiga se entusiasmasse: "O que me chamou a atenção foi a quantidade de etiquetas autorais. Gosto muito de observar essa nova moda na passarela. Construção de roupas, como as de Marina Bitu, Isaac Silva e Santa Resistência, são impressionantes. Imprescindíveis e várias 'brasas'", diz.

ISACIL SILVA
MARINA BITU
SANTA RESISTÊNCIA
WEIDER SILVERIO
RENATA BRITTO

Beauty

BATOM ESCURO E CÍLIOS VOLUMOSOS IMPRIMEM MAKE IN WINTER

BELEZA

Por MAPÓIA DISITTER
Foto: FASCIAL RODRIGUES



VOCE TEM MEDO DE QUÊ?

Cílios postiços com bastante máscara, blush marcado nas laterais, hidratante suave na pele e nos lábios, batom em tom de beterraba. É uma tom de beterraba e maquiagem chique e invernal. Tem toda a leveza, mas não é brilhante demais. A estação pede isso, tom marcante com leve pegada de glow, diz o beauty artist André Veloso

COSMÉTICOS EM TONS TERROSOS DÃO AR SOFISTICADO AO OUTONO

BELEZA



MINIMALISTAS

Assim como a moda, a beleza também busca o equilíbrio. Neste outono, a tendência é trabalhar em produtos em tons terrosos, com um protagonismo brilhante e central de longas mechas.

1. Blush em pó, Cor: Rosas, 140ml, R\$ 129,90
2. Batom, Cor: 11, 10ml, R\$ 49,90
3. Pó compacto, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
4. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
5. Batom líquido, Cor: 11, 10ml, R\$ 49,90
6. Base líquida, Cor: 01, 100ml, R\$ 129,90
7. Lápis para os lábios, Cor: 11, 10g, R\$ 49,90
8. Contorno, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
9. Pó compacto, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
10. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
11. Batom líquido, Cor: 11, 10ml, R\$ 49,90



OLHA A ONDA

As referências do passado são essenciais para a beleza do presente. De ca. no boom dos anos 1990, volta à moda o cabelo blowout, como está sendo chamado em inglês, muito adequado naquela época, e que voltamos a nos inspirar. A técnica cai como uma luva em quem tem o cabelo crespo e cacheado. De acordo com o beauty artist Fernando Tompato, essa é uma tendência que vem mudando pela valorização das texturas e funções muito semelhantes que tratam e correm em camadas. A técnica volta como produto para criar esse efeito, assim como o difusor e o bico médio", explica.

CABELO À LA ANOS 1990. FRAGRÂNCIA SUSTENTÁVEL E TECNOLÓGICA E O EFETO DA DUCHA GELADA SOBRE A MENTE

PERFUME ECOLÓGICO

A City Inceps fragrância tem 100% de ingredientes naturais de origem sustentável. A City Inceps fragrância tem 100% de ingredientes naturais de origem sustentável. A City Inceps fragrância tem 100% de ingredientes naturais de origem sustentável.

DETOX NOS FIOS

As marcas MeuO e Push Matcha oferecem produtos para lançar uma nova onda.

LÁPIS E DELINEADORES PIPOCAM COM AMPLA OPÇÃO DE CORES

BELEZA

Por TABELA CARAN
Foto: EDUARDO SVEZA



MIL TONS

Atualmente, Delineadores, delineado clássico, vem dando o tom. A gama de tons para colorir os olhos se multiplica para atingir as mais diversas. Enquanto o lápis possui melhor fixação e permite iluminar para criar contornos, o delineador vem em tons mais próximos para traçar os olhos.

1. Delineador em gel, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
2. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
3. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
4. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
5. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
6. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
7. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90
8. Lápis para os olhos, Cor: 01, 10g, R\$ 49,90

ÓLEO COM AZEITE DE OLIVA, CÂMPANO PÓL DO BEM-ESTAR DE CABELEIREIROS E SOMBRA COM EMBALAGEM JEANS

DENIM COULTURE EM QUATRO TONS

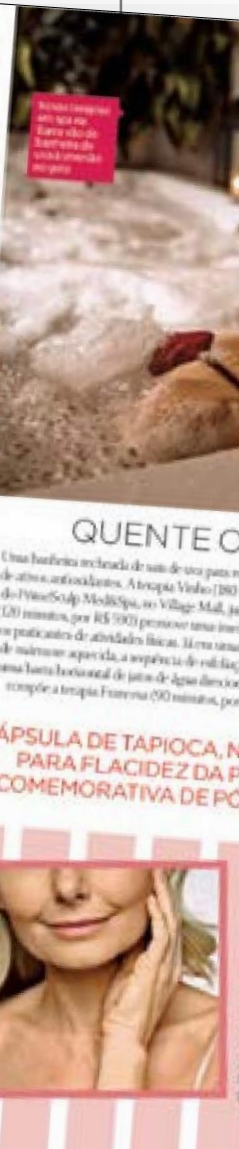
A coleção de maquiagem da Guerlain, Violetes, para inspirar a artista Louise Guibaud para lançar a coleção de edição limitada com um colorido de jeans bordado com um colorido chamado The Floral Denim Collection. A paleta de sombras vem com quatro tons: jeans e também com tons de cor-de-rosa e amarelo com cor-de-rosa. Os produtos são vendidos em conjunto por R\$ 475 (preço cheio).

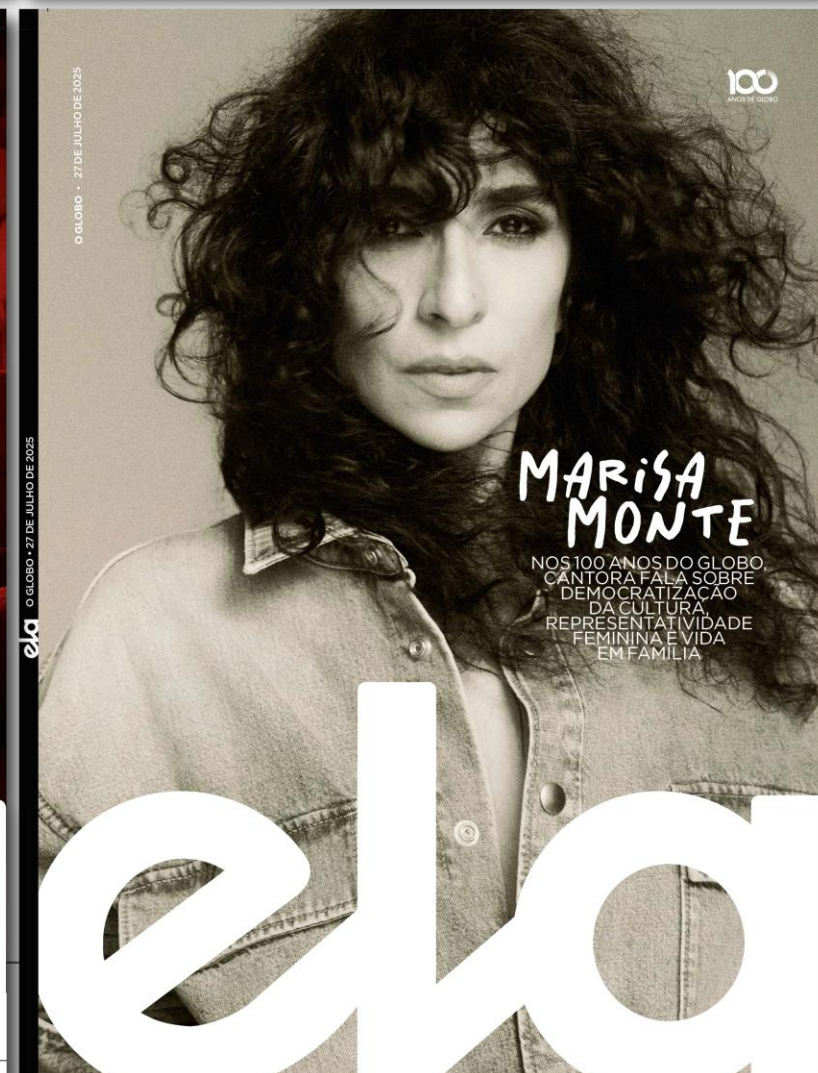


QUENTE O

Uma barbeira encada de um de uma parte de outros, os produtos. A técnica Vibe (180) do PuroSop MedSpa, no Village Mall, de 120 minutos, por R\$ 900 promove uma experiência de atividades físicas. Há uma série de produtos que se adaptam a qualquer tipo de rotina, uma linha exclusiva de produtos de água quente, sempre a tempo. Fornece 50 minutos, por...

CÁPSULA DE TAPIOCA, PARA FLACIDEZ DA PELE COMEMORATIVA DE PO





Covers

ela

Cover articles



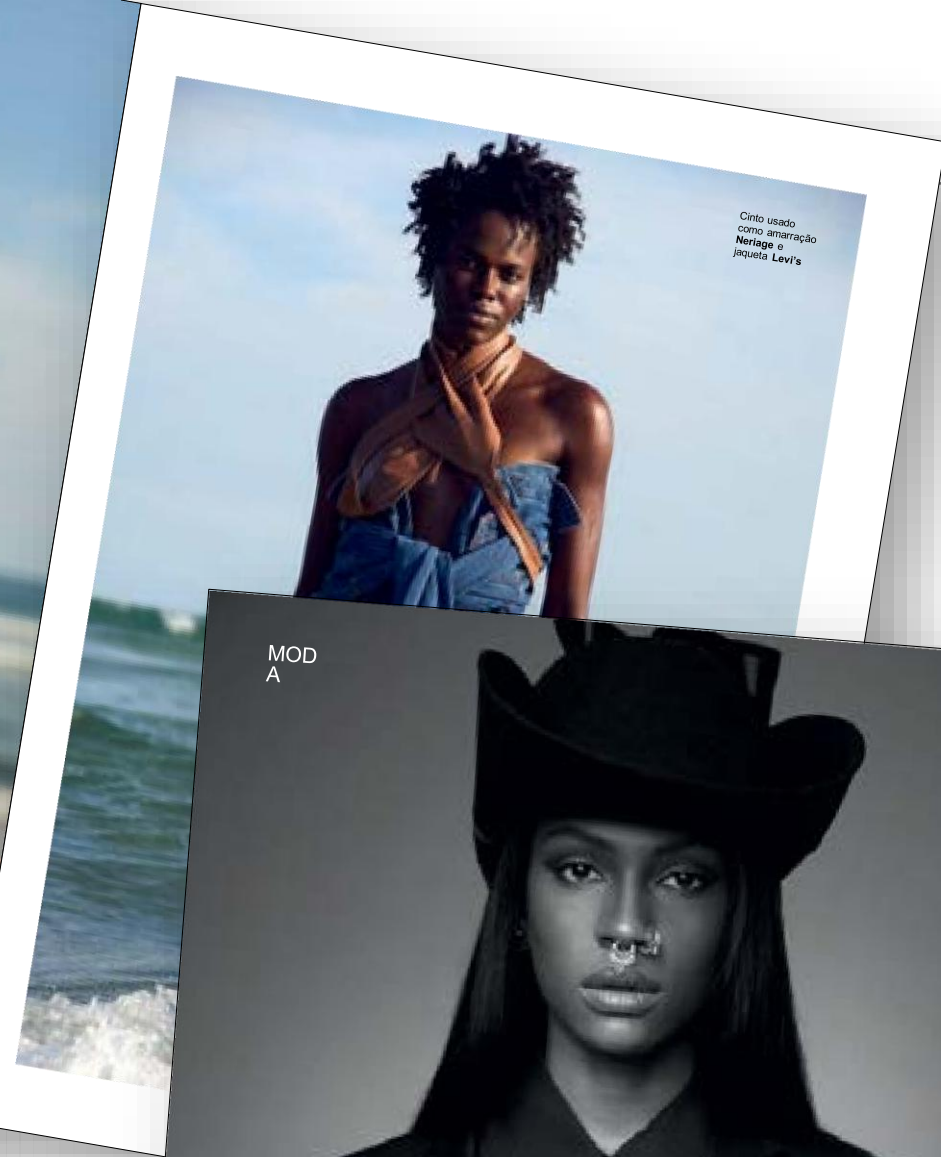
ela

Editorial



CAMISAS JEANS, TRICÓS E PEÇAS DE ALFAIATARIA SÃO COMBINADOS COM BUSTIÉS E SUTIÁS EM MODERNO JOGO DE MOSTRA E ESCONDE

Fotos NICOLE Styling CAROL OLIVEIRA



Cinto usado como amarração Nerlage e jaqueta Levi's



CONVIDADA DE HONRA DA DOLCE & GABBANA NA ÚLTIMA SEMANA DE MODA DE MILÃO BRANCA ANDEADA NA BOCA ROSA, POIS COM CLÁSSICOS DA MARCA ITALIAIANA E BOLSAS DA NOVA COLEÇÃO ESTRELA DA POP JENNER



MOD A

MINIMALISMO GANHA NOVA TRADUÇÃO NESTA TEMPORADA DE ALFAIATARIA OVERSIZED E ACESSÓRIOS COOL COORDENADOS COM O PRETO E O BRANCO

Fotos ADRIANO Styling PAULO MARTINEZ



Jaqueta Ellus, chemise Nerlage, chapéu, colar, meias e sapatos scervo do stylist. Na página lado: Chapéu e piercing acervo do stylist, blazer Raphael Steffens, vestido Uniqlo e broche Prada

International advertisers





ela

**More than a magazine,
a platform for debates**

elva

Ela Inspires

An afternoon of conversation, in which we celebrate female power with inspiring names.



ela

Rio Gastronomia with ELA

During Rio Gastronomia, the ELA magazine's partner brand may offer a show-class mediated by Marina Caruso, editor-in-chief of ELA magazine, alongside chefs invited by the brand.



ela

ELA Summers

A party to celebrate the start of summer and the most quintessentially Rio de Janeiro season for all its energy.



ela

Women for ELA

Conversations that address the transformation, customization, and singularity of fashion, beauty, and brands.



ela

eta

— MIDIA KIT —

