

**Brazil's  
leading  
women's  
magazine...**

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





elav

# Look at ela

**F**ull of glamor since its creation in 1964, **ELA** was the first women's section in a Brazilian newspaper. Almost 60 years later, the magazine leads the women's publishing market throughout South America and is also the only weekly focused on beauty, fashion and lifestyle.

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

In 59 years of existence, **ELA** has evolved along with its readers. Thus, it changed from being just a section in the physical newspaper, O GLOBO, to becoming the women's publication/magazine with the greatest circulation in the São Paulo market. It also has a website focused on fashion, beauty and well-being and is a platform for events and discussions aiming to reflect the aspirations of contemporary women.

ela

Who  
ela  
is

**ELA** anticipates trends in fashion, beauty and decoration;

**ELA** values well-being, gastronomy and tourism;

**ELA** highlights significant interviews and profiles of personalities;

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

**ELA** translates Rio de Janeiro's informality and elegance to the whole country.

ela



**ELA** translates Brazilian diversity  
and provokes discussions between  
different generations and  
divergent groups

ela



ela

# ELA is as big as Brazil and daring like the Brazilians

## **CIRCULATION**

(PRINTED + DIGITAL)

415,816  
COPIES

TOTAL READERS  
1 MILLION

## **AUDIENCE FROM THE WEBSITE**

5.7 MM  
UNIQUE VISITORS\*  
8.0 MM  
PAGE VIEWS\*\*

## **SOCIAL MEDIA**

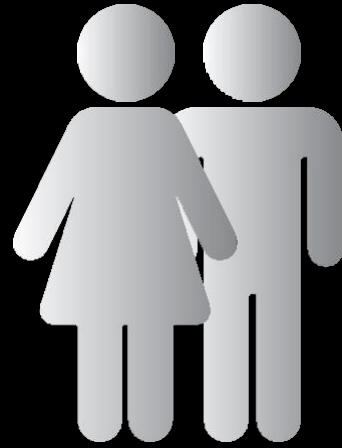
793%  
FOLLOWERS

Sources: Kantar Ibope Media – TG BR 2024 R1 - People: Magazine Readers: Read in print in the last 6 months // IVC Newspapers: June/2024 (print + digital - O Globo newspaper Sunday average) // Comscore Multi-Platform June/2024 - \* Total Digital Population -\*\* Desktop and Mobile // Social Media Analytics December/2024 (data with overlap between media)

ela



# Audience



## MAGAZINE

**62%** Women      **24%** 25 to 34 years old

**59%** AB  
**29%** C

**20%** up to 24 years old  
**23%** 35 to 44 years old  
**16%** 45 to 54 years old  
**17%** 55+ years old

## WEBSITE

**51%** Men      **53%** 35 to 44 years

**57%** AB  
**33%** C

**01%** up to 24 years old  
**15%** 25 to 34 years old  
**21%** 45 to 54 years old  
**10%** 55+ years old

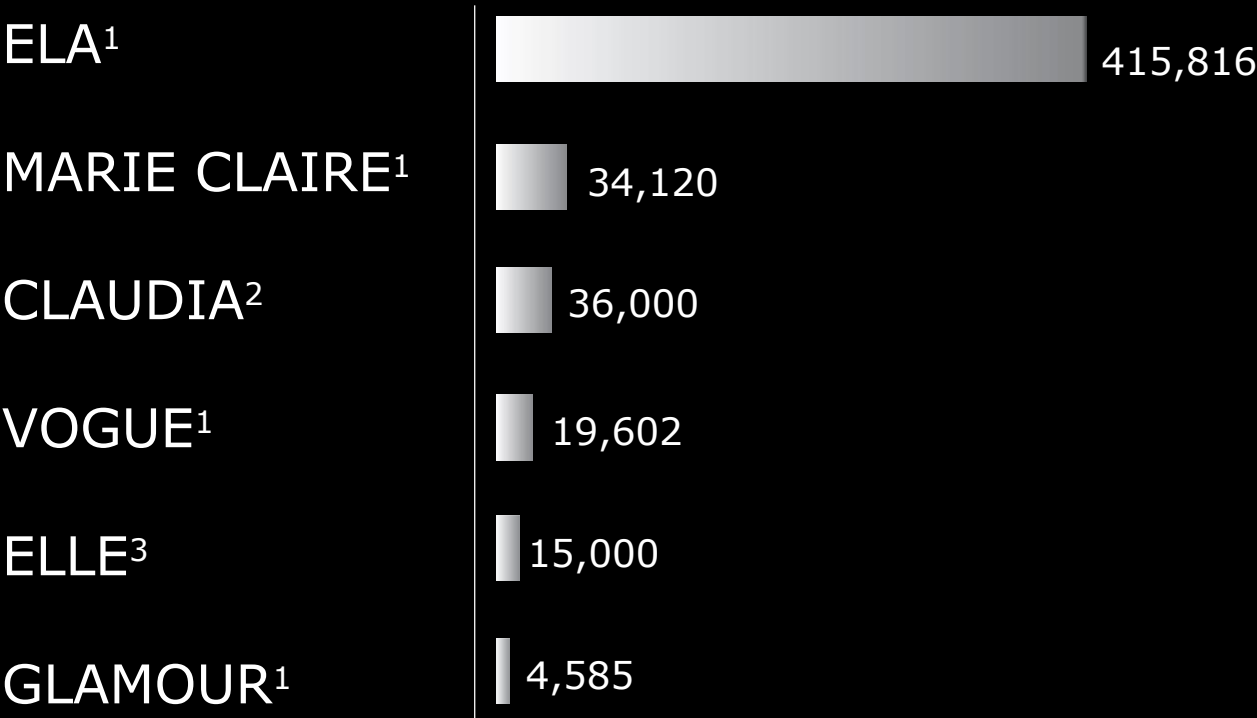
ela

Sources: Magazine Profile -> Kantar Ibope Media - TG BR 2024 R1 - People: Magazine Readers: Read in print in the last 6 months // Profile Site -> Kantar Ibope Media - Clickstream MP TG BR 2023 R2 - Personas.

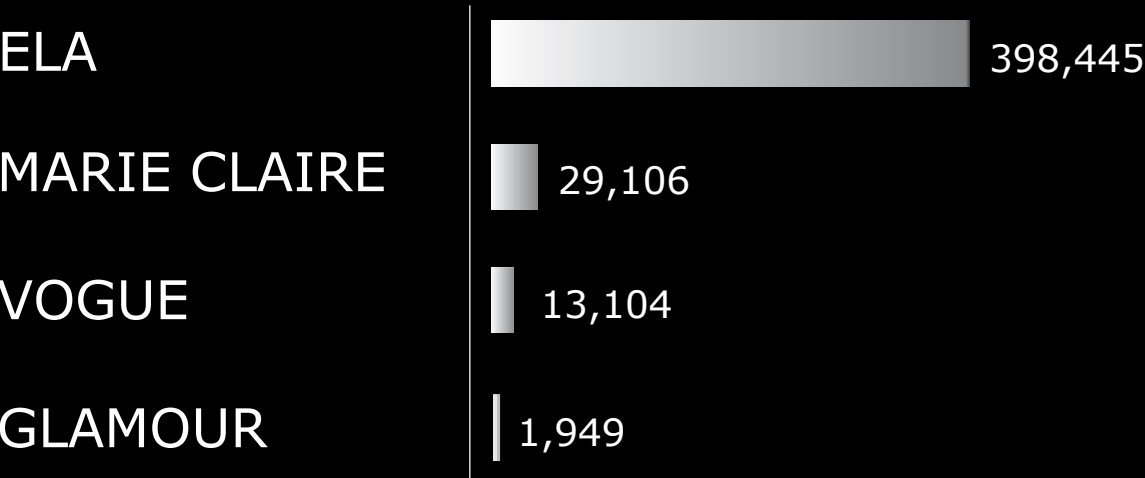


# The bigger the better

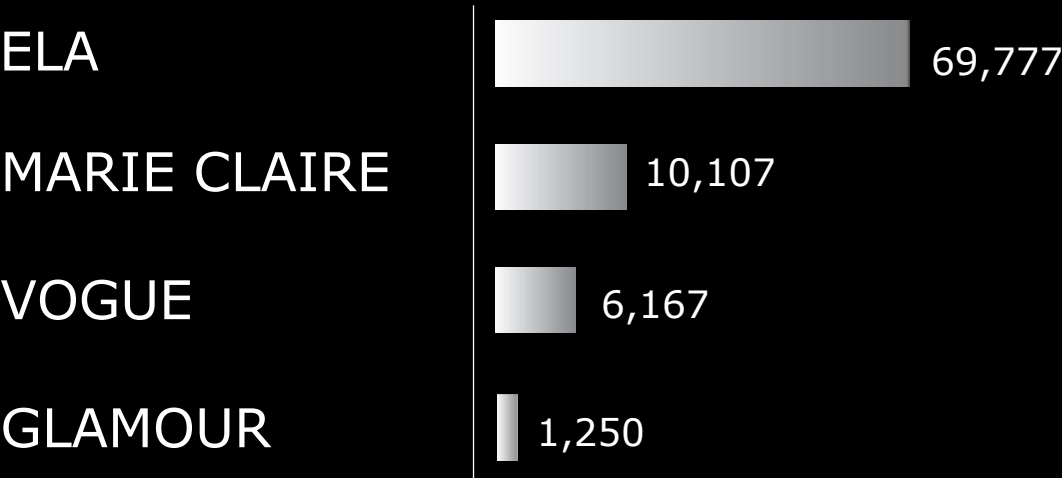
## BRAZIL COPIES



## BRAZILIAN SUBSCRIBERS<sup>1</sup>



## SP SUBSCRIBERS<sup>1</sup>



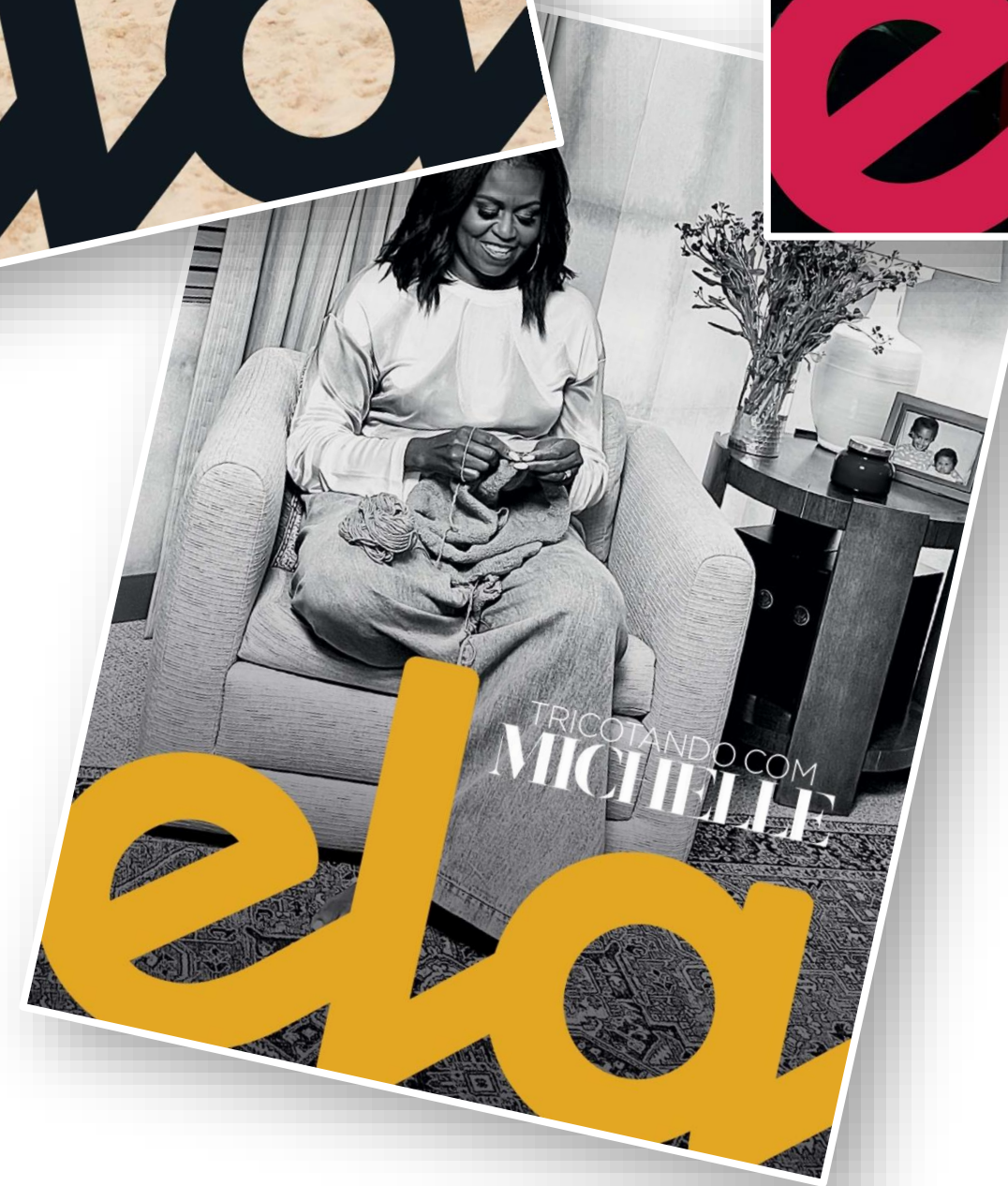
Sources: <sup>1</sup>IVC - Circulation Print + digital issue: Ela magazine: O Globo newspaper Sunday Average June/2024; Marie Claire, Glamour and Vogue: May/2024 | <sup>2</sup> Editor - Print + digital circulation | <sup>3</sup> Editor - Print issue circulation. The publishers do not provide subscription data for Elle and Claudia magazines.





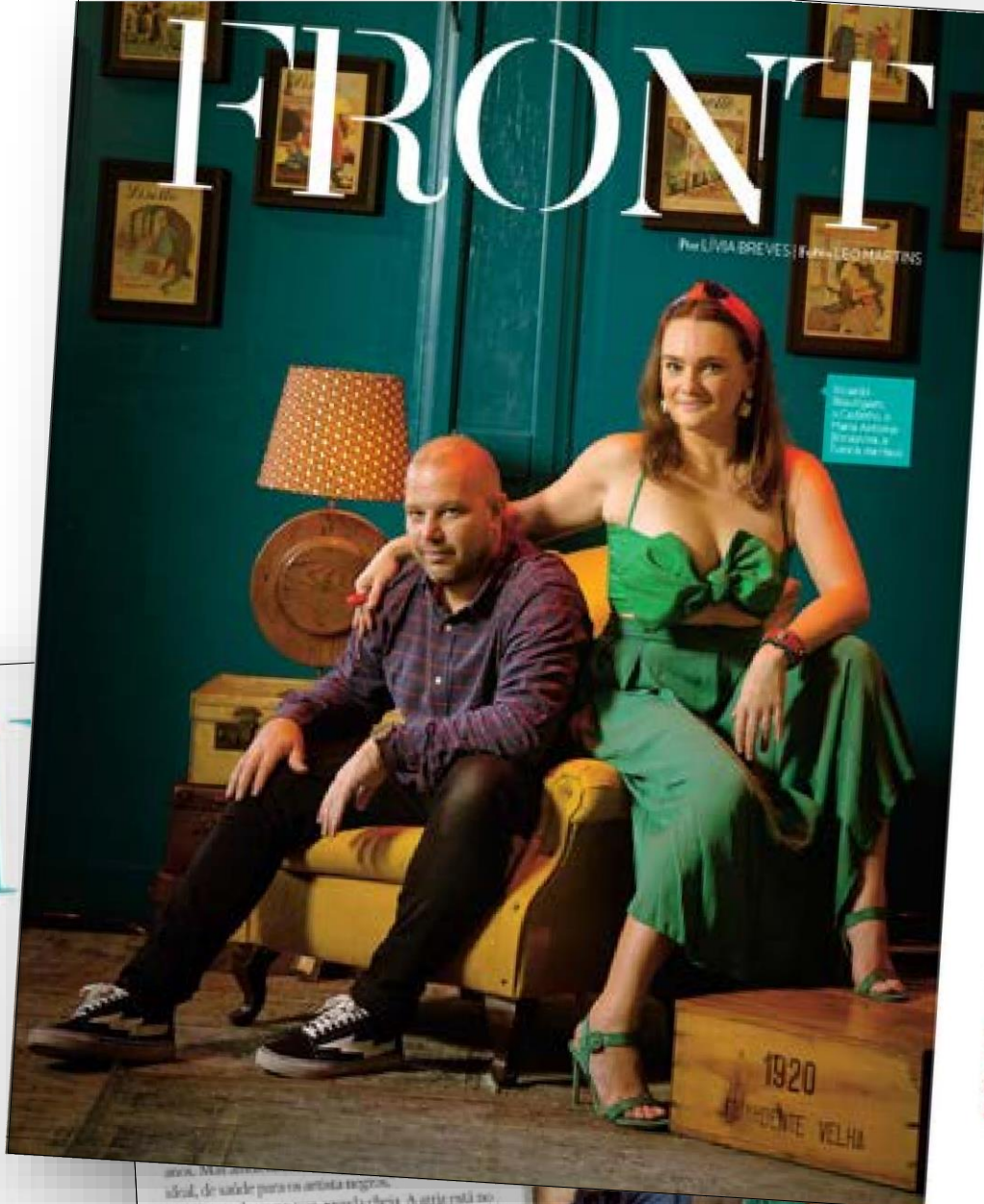
elva







Front



Por LUIZA BREVES | Foto: LEO MARTINS

O clima é quente, aquele bar escondido, que só quem conhece acha. No Instagram da Haia, em Ipanema, o endereço é claro e a pista para entrar é "procure o Luan de banco de um prédio preto, em frente à Praça General Osório". Os barcos agora, Nessas poucas semanas de funcionamento, estiveram lá Regina Casé, Marília e a rapper Maju. No dia 30 de abril, Sophie Charlotte comemorou seus 30 anos no mix de pub londrino com boteco carioca com as amigas Thaila Ayala, Dêlora Nascimento, Flávia Marinho, Isis Valverde e Mariana Xerxes.

O espaço do empresário Ricardo Benedito, a Cadinho, e do chef Maria Antonia Bocayeva, a Tunica, fica onde funcionou o Sheraton, que teve seus tempos duros, mas estava em baixa.

"O ponto é bom, a estrutura da casa é ótima. Tem um lugar estreito, mas tem televisão, chapeleira e bar. É um lugar de Cadinho, que foi dono de um bar de videogames e hoje tem a Haia. "A minha vontade de fazer um bar é de fazer um bar que seja um ponto de referência do que gostamos de beber e de comer. Para a Audley eu sempre vou."

Com a bagagem de anos e a ideia de um espaço de encontro, tem quadros de obras de arte da AD Studio, lembrando de plantar, néon e prax, tudo que a gente gosta de ter em casa. Aproveitamos legal e limamos o que não ficou se tem a nossa cara", conta Tunica, é internacional, mas os itens bem locais. Foi aqui que em frente do mar e

ESCONDIDA EM IPANEMA E FREQUENTADA POR UM GRUPO DE AMIGOS, A ATRIZ THAILA AYALA É COMO A ATRIZ MARTINA GARCIA

CONHECI MUITA GENTE LEGAL, INTERESSADA NUM FORMATO DE RELIGIÃO QUE NÃO É FUNDAMENTALISTA E CONSERVADOR"

REVISTA ELA



ela



# Moda



## ODE À LIBERDADE

A IMPORTÂNCIA DA DESIGNER BRITÂNICA MARY QUANT, QUE, ALÉM DE POPULARIZAR A MINISSAIA, DEIXOU UM LEGADO DE FEMINISMO EM FORMA DE ROUPA

Foi num mundo que elas despertaram e a minissaia. No de 93 anos, no c anunciada pela de sua import femininas", e de moda do. Devemo série de tr — a difus e o mov à moda alta-c na ex

imensurável da designer britânica, que pertencia a uma nova espécie de criadores que se impôs mesmo não pertencendo, fenômeno inédito até então à alta-costura. Apesar de a autoria da minissaia ser uma bola dividida inglesa e o francês André Courrèges, a associação criou símbolo de uma nova juventude. — a moda João Braga,



## VISTA LOCAL

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

Arquitetura art déco, crush de estampas, taristas de todo o mundo, high end low. Qual futuro do Rio reúne essas características? Acreditamos quem responde é Copacabana. E é Sunny Garments, fundada em 2021 e que já conquistou nomes como Marcelo D2, Johnny Massaro e Polliana Aleixo. "Queremos valorizar o Rio, de quebra, agregar frescor à moda. 30 anos, sócio de Felipe Garrido, também de 30, e Bernardo Malhadares na Reserva).

O design está localizado num prédio comercial, no meio do movimento. Todo decorado com peças de roupas e dos criativos e salas de reunião que dividem o mesmo edifício. Copacabana dá vida a roupas e acessórios que vão do clássico ao esportivo, como calças de alfaiataria e malinas. O futuro, narrativa para o editorial de 2023, "Elevar o Status", estrelado por personagens reais de sucesso, esporte e alfaiataria", conta Felipe. A extrema com os dias atuais se dá pela estampa e modelagem desconhecidas. "A ideia é sair do padrão de conforto, trazer de volta o uso do seu corpo com estampa de onça, por exemplo", acrescenta Bernardo. A pesquisadora Paula Acadi celebra o sangue novo na Princesinha do Mar. "Tradição e modernidade podem e devem estar juntas e misturadas".

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 pulo do gato da 55ª edição da São Paulo Fashion Week (SPFW), que ocupou a capital paulista com 44 desfiles. Apresentações caprichadas, novas grifes no line-up, diversidade e estímulos aos produtores bem elaborados e, ao mesmo tempo, ativistas, foram os destaques na passarela. Tare foi o caso da carioca Marina Bitu, que trabalhou na marca brasileira com a ideia, 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 óbvio sobre o que é ser uma estampa modesta e elaborada, de marca global, técnicas como furto, em versões mais de veludo, bordados manuais, feitos por artesãos locais, e plissados, que remetem a uniformes da região.

O cheiro do novo fez com que a consultora de moda Thais Farage se entusiasmasse. "O que me chamou a atenção foi a quantidade de etiquetas autorais. Gosto muito de observar essa nova moda na passarela. Contrastes de roupas, como as de Marina Bitu, Isaac Silva e Santa Resistência, são impressionantes. Imprimem identidade e vários "bras", diz.





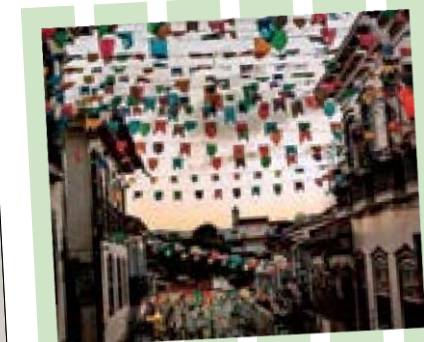
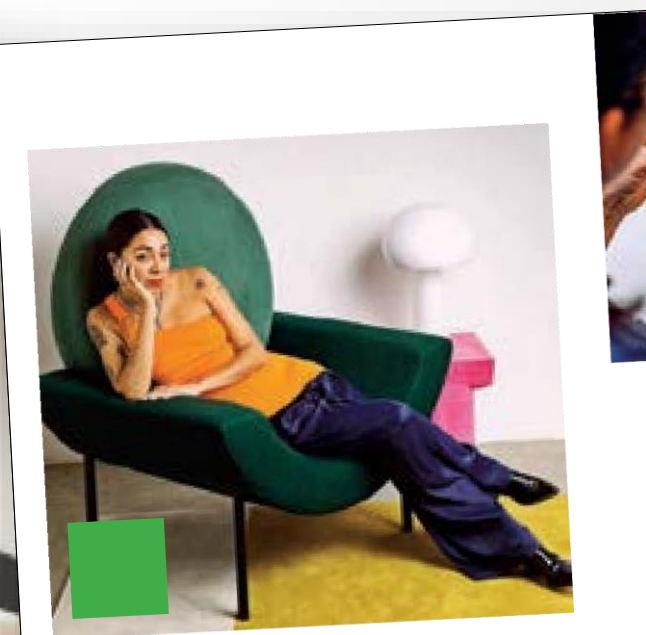
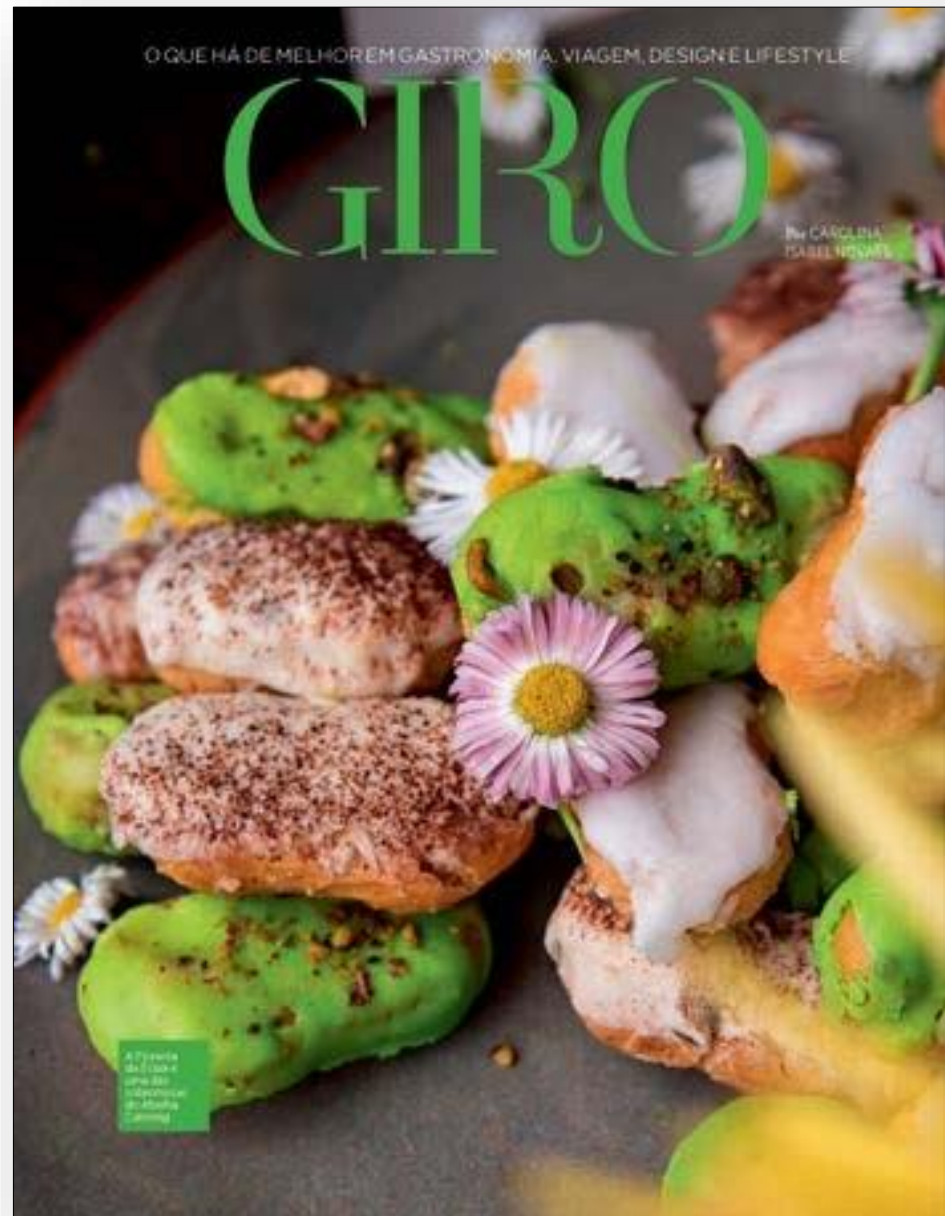
# Beleza



elad



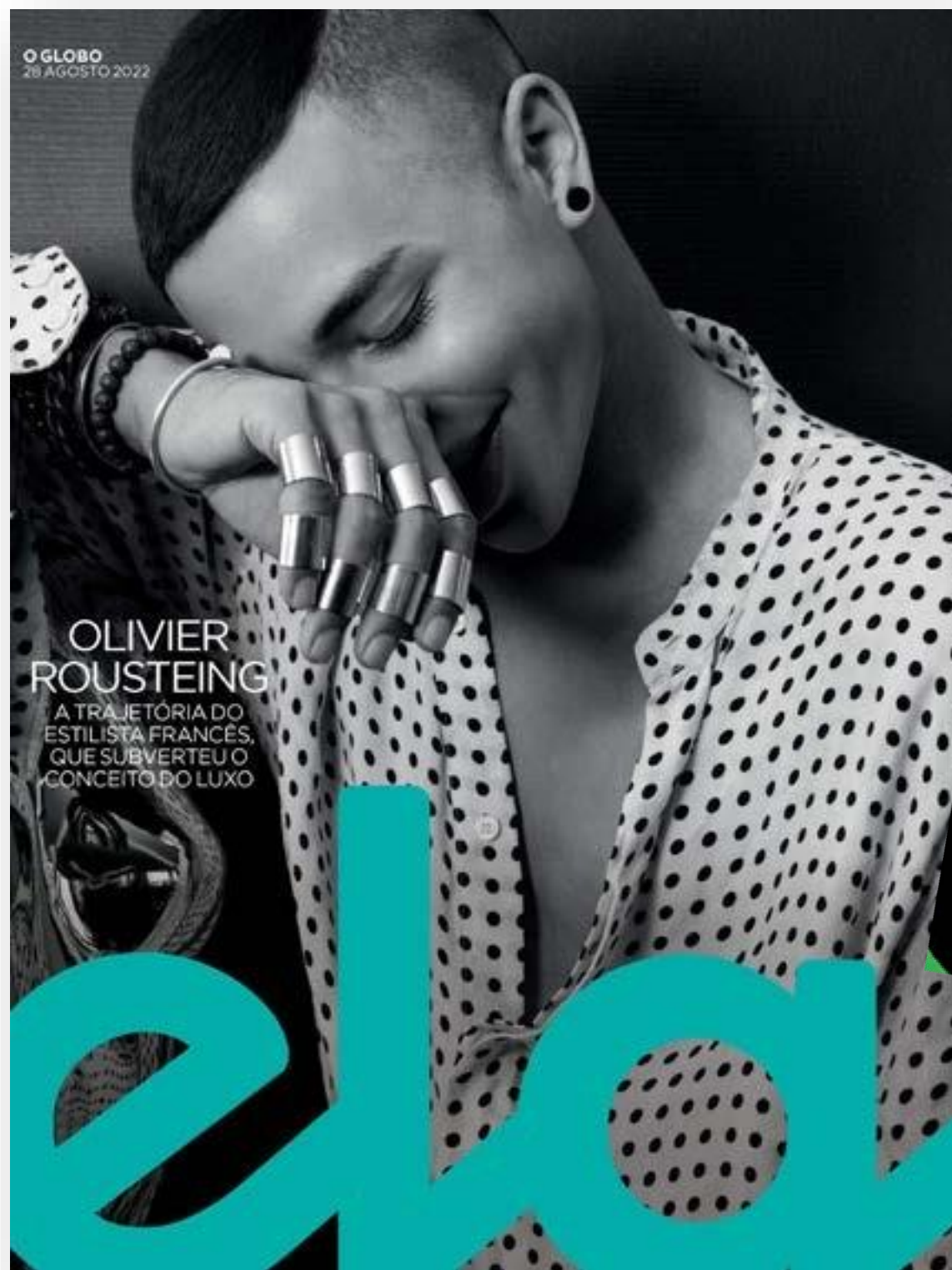
Giro



ela



# Front



ela



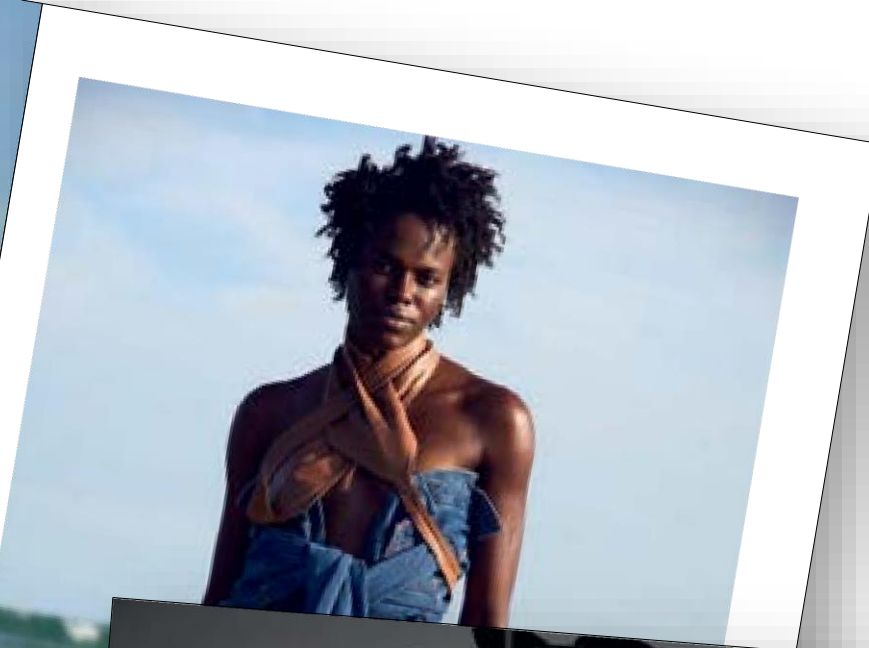
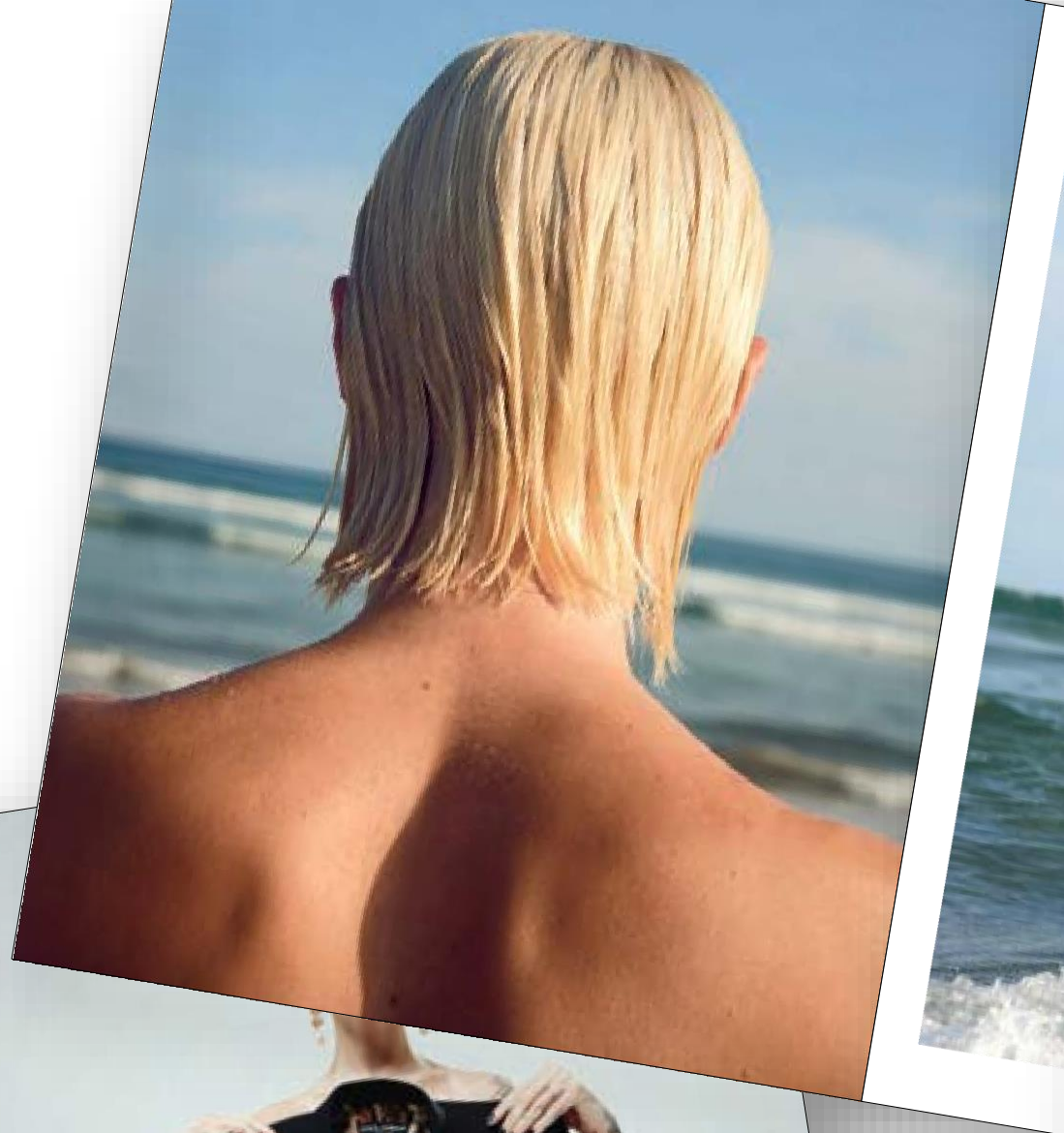
# Cover article



ela



# Editorial



eva



# International advertisers



"CLÁSSICO"? É assim que alguns descreveriam o Oyster Perpetual Lady-Datejust. Eles podem ter razão. Desde o início do século XX, a Rolex concebe relógios especialmente para o público feminino, com o mesmo nível de excelência dos modelos que ajudaram a construir esta marca lendária. Sempre buscando alcançar novos patamares, E se por "clássico" querem dizer perpetuar a tradição ao combinar elegância com precisão, graciosidade com resistência e beleza com performance, este é, sem dúvida, um relógio clássico, criado para mulheres. Lady-Datejust.

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL LADY-DATEJUST

DISTRIBUIDOR OFICIAL ROLEX  
**SARA**  
SHOPPING I. BRASIL (11) 2092-4325  
BRASILIA (61) 2092-4325  
(11) 2092-4325  
@SARAOFICIAL  
SARAOFICIAL.COM



ela





elav



More than a magazine,  
a platform for discussions

elav

# ela inspires

A special summit  
to celebrate the  
60<sup>th</sup> anniversary  
of **ELA** Magazine  
and the power of  
women.



# ela



# rio gastronomia with ela

During Rio Gastronomia, ela magazine's partner brand may offer a masterclass mediated by Marina Caruso, editor-in-chief of ela magazine, together with guest chefs from the brand.

# ela





# ela verões

A party to celebrate the start of summer, the most carioca season of the year for all its energy and vibrancy, and **ELA**'s birthday.



# ela



# elas por ela

Bi-monthly  
talks on the  
transformation,  
personalization  
and uniqueness  
of fashion,  
beauty and  
brands.



# ela





elara