

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 left of the camera with a neutral expression. The background is dark and out of focus.

**ela**

— MIDIA KIT —

**A maior revista feminina  
em circulação no Brasil...**

**... E a única semanal!**

**ela**

# Olhe para *ELA*

Cheia de charme desde sua criação em 1964, *ELA* foi a primeira seção voltada para o público feminino em um jornal brasileiro. Mais de 60 anos depois, a revista lidera o mercado de publicações para **mulheres** em toda América do Sul e, também, é a única semanal focada em beleza, moda e estilo de vida.

*Apesar da ELA ter nascido no Rio de Janeiro, é uma cidadã do mundo.*

*ELA* evoluiu juntamente aos seus leitores. Assim, deixou de ser apenas uma seção no jornal físico, O GLOBO, e se tornou a publicação/revista feminina com maior penetração no mercado de São Paulo. Além disso, dispõe também de um website focado em moda, beleza e bem-estar e é uma plataforma para eventos e debates que visam refletir as aspirações da mulher contemporânea.



# Quem é *ELA*

*ELA* prevê tendências na moda, beleza e decoração;

*ELA* valoriza o bem-estar, a gastronomia e o turismo;

*ELA* destaca entrevistas significativas e perfis de personalidades;

*ELA* debate sobre a diversidade, as inquietações e os desafios da mulher contemporânea;

*ELA* traduz a informalidade e a elegância do Rio de Janeiro para todo o país.





**ela** traduz a diversidade brasileira  
e provoca debates entre diferentes gerações  
e grupos divergentes

**eta**



# ELA é grande como o Brasil e ousada como os brasileiros.

**CIRCULAÇÃO**  
(IMPRESSO + DIGITAL)  
432.288  
EXEMPLARES<sup>1</sup>  
**TOTAL DE LEITORES<sup>2</sup>**  
920 Mil

**AUDIÊNCIA  
DO WEBSITE<sup>3</sup>**  
6,4 MM  
VISITANTES  
ÚNICOS\*  
4,4 MM  
PAGE VIEWS\*\*

**MÍDIAS  
SOCIAIS<sup>4</sup>**  
877 K  
SEGUIDORES

 301K  
 501K  
 66K

**eta**

Fontes: <sup>1</sup>IVC Janeiro/2026 (impresso + digital – média domingo jornal O Globo) // IBOPE– TG BR 2025 R3 - Pessoas: Leitores Revista: Leu impresso nos últimos 6 meses // Comscore Multi-Plataform Dez-Fev/2026 - \* Total Digital Population -\*\* Desktop and Mobile // Analytics Redes Sociais Fevereiro/2026 (dados com sobreposição entre as redes)

# Audiência



## REVISTA

<b>63%</b> Mulheres	<b>29%</b> 45 a 54 anos
<b>61%</b> AB	<b>08%</b> até 24 anos
<b>33%</b> C	<b>26%</b> 25 a 34 anos
	<b>24%</b> 35 a 44 anos
	<b>13%</b> +55 anos

## SITE

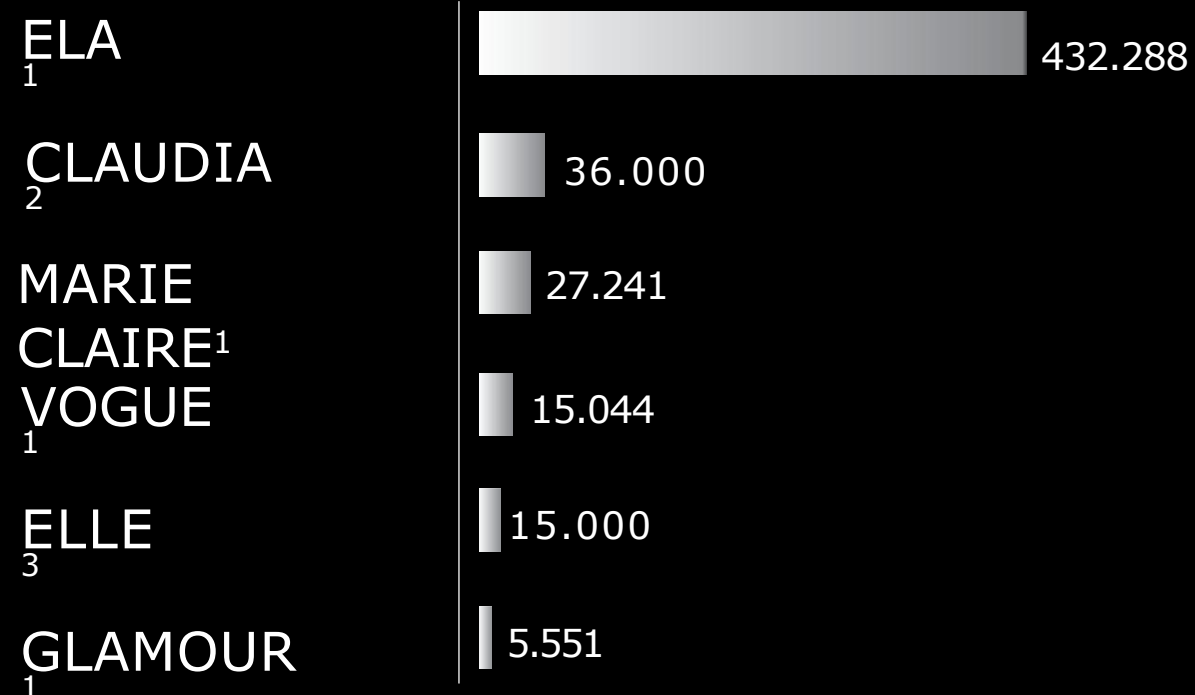
<b>75%</b> Mulheres	<b>40%</b> 55+ anos
<b>47%</b> AB	<b>01%</b> Até 24 anos
<b>38%</b> C	<b>07%</b> 25 a 34 anos
	<b>30%</b> 35 a 44 anos
	<b>22%</b> 45 a 54 anos

Fontes: Perfil Revista -> Ibope – Brasil TGI – TG BR 2025 R3 - Pessoas: Leitores Revista: Leu impresso nos últimos 6 meses // Perfil Site -> Ibope – Clickstream MP TG BR 2024 R1- Personas.

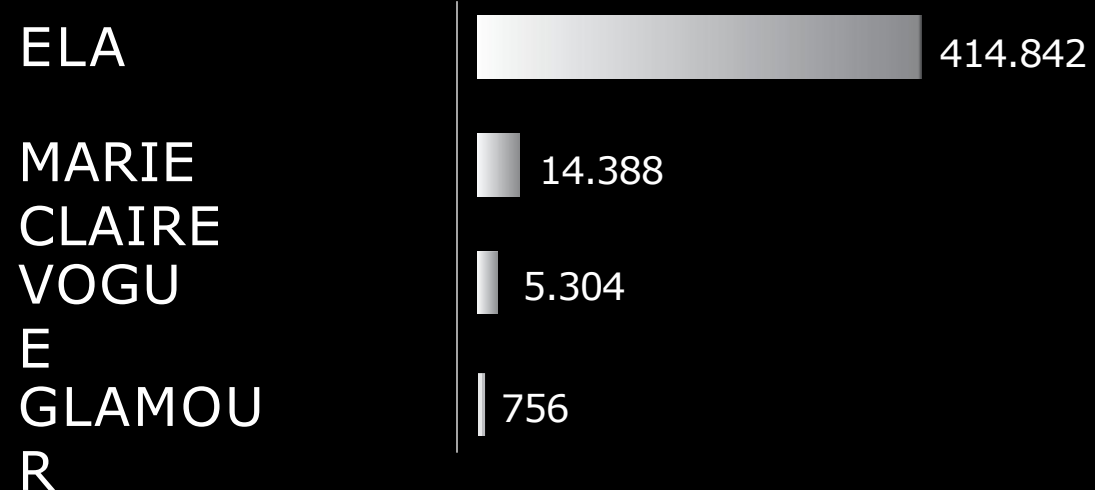
eta

# Quanto maior, melhor

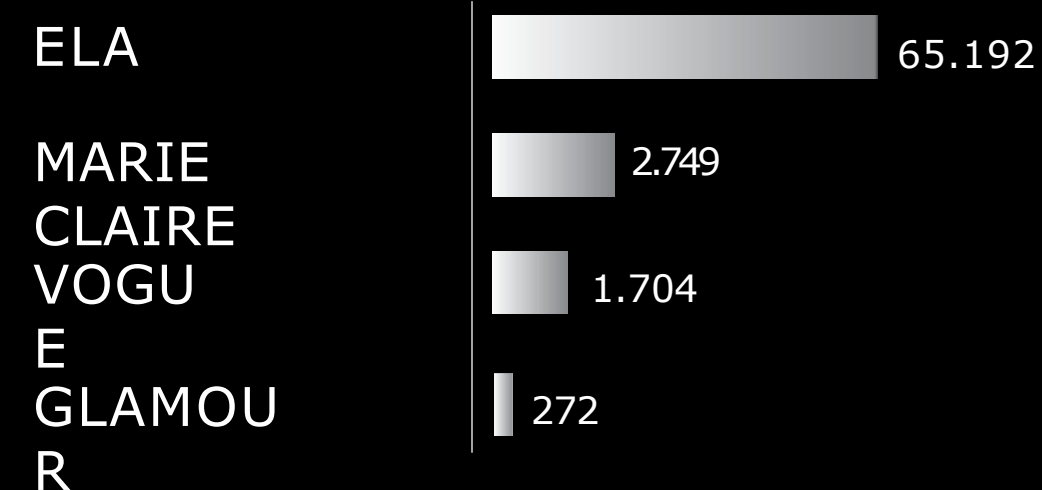
## EXEMPLARES BRASIL



## ASSINANTES BRASIL<sup>1</sup>



## ASSINANTES SP<sup>1</sup>



Fontes: <sup>1</sup>IVC – Circulação Edição impressa + digital: Revista Ela: Média domingo Jornal O Globo Janeiro/2026; Marie Claire: Novembro/2025, Vogue: Dezembro/2025 e Glamour: Setembro/2025 | <sup>2</sup> Editor – Circulação impressa + digital | <sup>3</sup> Editor – Tiragem edição impressa. Os editores não disponibilizam dados de assinaturas das revistas Elle e Claudia.

ela



ela

O GLOBO - 5 DE OUTUBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**CONCEIÇÃO EVARISTO**

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

**ela**

O GLOBO - 10 DE OUTUBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**ila**

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

**ela**

O GLOBO - 10 DE JULHO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

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

**DE BO RAHI**

**ela**

O GLOBO - 10 DE DEZEMBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**AMOR, SOL & MAR**

CLARA MONEYKE E BRENO FERREIRA: UM CASAL CALIENTE

OS LOOKS E OS HITS DA ESTACÃO MAIS GOSTOSA DO ANO

**ela**

O GLOBO - 8 DE JUNHO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**TAÍS ARAUJO**

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

**ela**

O GLOBO - 10 DE OUTUBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**BOA HORA**

O PRIMEIRO DIA DAS MÃES DE DANI CALABRESA E A EXPECTATIVA COM A CHEGADA DE BERNARDO

**ela**

O GLOBO - 11 DE JULHO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**MARIA FERNANDA CÂNDIDO**

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

**ela**

O GLOBO - 16 DE NOVEMBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

**chi manda**

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

POR PÂMILA RIBEIRO

**ela**

O GLOBO - 9 DE NOVEMBRO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

REPRESENTATIVIDADE INDÍGENA E ESTILO RESPONSÁVEL NA VESPERA DA COP30

**DANDARA**

**ela**

O GLOBO - 20 DE JULHO DE 2025

100 ANOS DE GLOBO

100 ANOS DO GLOBO E QUASE 30 DE CARREIRA DE UMA DAS JORNALISTAS MAIS ELEGANTES DO PAÍS

**re nata vasconcellos**

**ela**



# Moda



## ODE À LIBERDADE

IMPORTÂNCIA DA DESIGNER BRASILEIRA QUE, ALÉM DE POPULARIZAR A MODA, DEIXOU UM LEGADO DE FEMINISMO

Em plena revolução comportamental, a estilista Mary Quant (1930-2023) morreu no último dia 13, na Inglaterra, no condado de Surrey. Na moda, foi ela quem, no mundo da moda 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 design, a Guerra do Vietnã e 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 Marli, de 30 anos, sócio de Felipe Gattai, também de 30, e Bernardo trabalhavam na Reserva.

O movimento está localizado num prédio comercial, no meio do movimento turístico 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 caídos de altars e mofados. 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 natureza com os dias azuis e dourados, a moda legem descomplicada. "A ideia é sair do ano de conforto, exemplo", acrescenta Bernardo. A preparadora 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 palco do ano 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. São os destaques na pastarola.

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, colabou para que a cidade guardasse o status de cosmopolita que tem hoje. Marina Bitu saiu do chão sobre 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 pilados, que remetem a uniformes da região.

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. Construções de roupas, como as de Marina Bitu, Isaac Silva e Santa Resistência, são impressionantes. Imprescindíveis e várias 'bras', etc."



# Beleza

BATOM ESCURO E CÍLIOS VOLUMOSOS IMPRIMEM MAKE IN WINTER

# BELEZA

Por MAPÓIA DISITTER  
Foto: FASCICAL 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 tonalidade mais não é brilhante demais. A estação pede isso, tom marcante com leve pegada de glow, diz o beauty artist André Veloso

COSMETICOS EM TONS TERROSOS DÃO AR SOFISTICADO AO OUTONO

# BELEZA

**MINIMALISTAS**

Assim como a moda, a beleza também busca o essencial. Neste outono, a tendência é focar em produtos em tons terrosos, que dão um ar sofisticado e elegante.

1. Blush em pó, Cor: Rosy, Dior, R\$ 120
2. Batom, Cor: Nude, Lancôme, R\$ 199
3. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
4. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
5. Batom, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
6. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
7. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
8. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
9. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
10. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250
11. Batom líquido, Cor: Nude, Chanel, R\$ 250

**OLHA A ONDA**

As referências do passado são essenciais para a beleza do presente. De volta aos anos 1990, volta à moda o cabelo blow-out, como está sendo chamado atualmente, muito adequado para a época, e que também não é muito trabalhoso. A técnica cai como uma luva em quem tem o cabelo crespo e quer ter um bom dia. De acordo com o beauty artist Fernando Tompato, essa é uma tendência que vem mudando pela valorização das técnicas e técnicas muito bem trabalhadas que trazem cores e texturas. 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 Inceira, inspirada por 100% de produtos naturais, é o novo perfume da marca. A fragrância é feita com ingredientes naturais e sustentáveis, e o efeito da ducha gelada sobre a mente é o novo conceito da marca.

**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 SVEZIA

**MIL TONS**

Atualmente, o mercado de maquiagem está cheio de opções para quem quer um look mais sofisticado. Enquanto o lápis possui melhor fixação e permite o olhar mais profundo, o delineador possui mais opções para quem quer um look mais sofisticado.

1. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
2. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
3. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
4. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
5. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
6. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
7. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120
8. Lápis para os olhos, Cor: Nude, Dior, R\$ 120

**ÓLEO COM AZEITE DE OLIVA, CÂMPANULA E PROL DO BEM-ESTAR DE CABELEIREIROS E SOMBRA COM EMBALAGEM JEANS**

**DENIM COULTURE EM QUATRO TONS**

A coleção de maquiagem da Guerlain, Violette Series, traz o conceito de uma coleção de edição limitada, com a coleção de maquiagem The Floral Denim Collection. A paleta de sombras com quatro tons, jeans a borda, com tons de cor-de-rosa e azul, com um toque de brilho.

**QUENTE O**

Uma bebida quente de uma das partes de uma bebida quente. A bebida quente de uma das partes de uma bebida quente.

**CÁPSULA DE TAPIOCA, PARA FLACIDEZ DA PELE COMEMORATIVA DE PO**



0 GLOBO - 31 DE AGOSTO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

**Asas nos pes**

NOVOS ESPETÁCULOS, DOCUMENTÁRIO E LINHA DE ACESSÓRIOS: OS VOOS CADA VEZ MAIS ALTOS DA BAILARINA INGRID SILVA

0 GLOBO - 30 DE NOVEMBRO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

**ZAHO DE SAGAZAN**

O ESTILO E O TALENTO DA CANTORA FRANCESA QUE FARÁ SUA PRIMEIRA TURNÊ NO BRASIL

0 GLOBO - 24 DE AGOSTO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

**CAROL RIBEIRO**

FORÇA E DELICADEZA: COMO UMA DAS MAIORES MODELOS DO BRASIL CONVIVE COM A ESCLEROSE MÚLTIPLA

0 GLOBO - 2 DE NOVEMBRO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

PRESTES A LANÇAR 'O AGENTE SECRETO', NOS CINEMAS, DIRETOR FALA SOBRE CAMPANHA PELO OSCAR E POUSA COM ATORES DE SUA ACLAMADA FILMOGRAFIA

**KLEBER MENDONÇA FILHO**

0 GLOBO - 27 DE JULHO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

**MARISA MONTE**

NOS 100 ANOS DO GLOBO, CANTORA FALA SOBRE DEMOCRATIZAÇÃO DA CULTURA, REPRESENTATIVIDADE FEMININA E VIDA EM FAMÍLIA

0 GLOBO - 26 DE OUTUBRO DE 2025

100 ANOS DO GLOBO

**FAFÁ**

AS VESPERAS DA COPACABANA, CANTORA DEFENDE PROTAGONISMO DO POVO DE BELÉM, SABERES ANCESTRAIS E LIBERDADE DA MULHER AMAZÔNICA

Capas

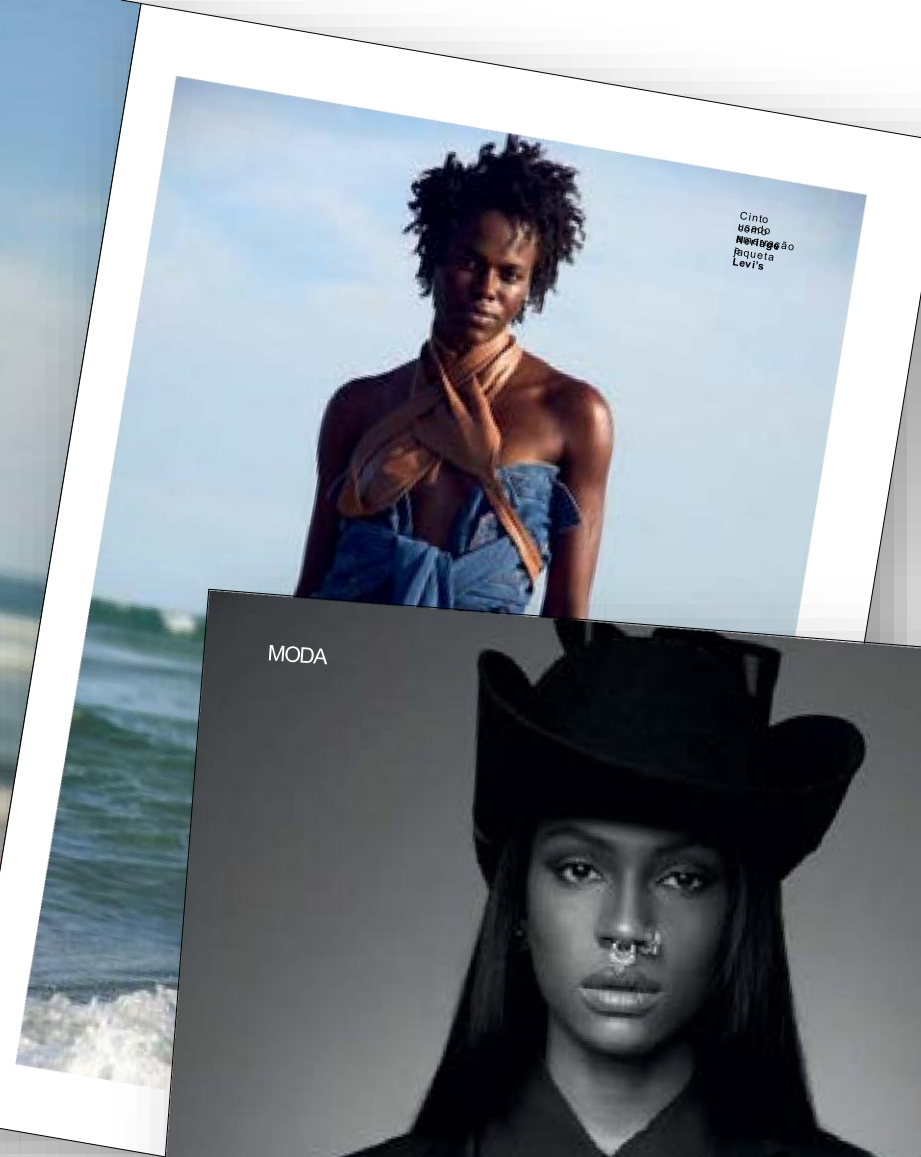
ela

# Artigos de capa



ela

# Editorial



# Anunciantes internacionais



"CLÁSSICO"?  
"Um relógio clássico, criado para mulheres". É assim que alguns descobrem o Oyster Perpetual 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

CONTRIBUIDOR OFICIAL ROLEX  
SARA  
SHOPPING IÉDOR: (11) 3300-4033  
#ROLEX: (11) 3300-4031  
S: (11) 3300-4031  
+55 (0) 11 3300-4031  
ROLEX.COM



ela



ela

**Mais do que uma revista,  
uma plataforma de debates**

**elva**

# Ela Inspira

Uma tarde de conversas,  
onde celebramos a potência  
feminina com nomes  
inspiradores.



ela

# Rio Gastronomia com ELA

Durante o Rio Gastronomia, a marca parceira da revista ELA poderá oferecer uma aula show mediada pela Marina Caruso, editora-chefe da revista ELA, junto com chefs convidadas da marca.



ela

# ELA Verões

Uma festa para celebrar o início do verão e a estação mais carioca do ano por toda a sua energia.



ela

# Elas por ELA

Conversas que abordam a transformação, personalização e singularidade da moda, da beleza e das marcas.



ela

# eta

— MIDIA KIT —

