



ela

mídia
kit

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



... E a **única** semanal!

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.

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.

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



- 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 e os desafios da mulher contemporânea;
- ela** traduz a informalidade e a elegância do Rio de Janeiro para todo o país.

Quem é **ela**?

A group of seven diverse people are posed in a theater with rows of red seats. Three people are standing in the back row, and four are seated in the front row. The group includes a man in a light grey turtleneck, a man in a dark suit, a woman in a shiny gold jacket, a woman in a black dress, a woman in a black patterned dress, a woman in a dark short-sleeved dress, and a woman in a grey patterned dress. The background is dark, and the seats are a deep red color.

ela

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



é grande como o Brasil e ousada como os brasileiros.

432.288 exemplares¹

Circulação Impresso

920 mil leitores²

Circulação Digital

Fontes: ¹IVC Janeiro/2026 (impresso + digital – média domingo jornal O Globo) // IBOPE–TG BR 2025 R3 -Pessoas: Leitores Revista: Leu impresso nos últimos 6 meses// ComscoreMulti-PlataformDez-Fev/2026 -* Total Digital Population -** Desktop andMobile // AnalyticsRedes Sociais Fevereiro/2026 (dados com sobreposição entre as redes)

ela é grande como o Brasil e ousada como os brasileiros.

6,4 MM visitantes únicos*

Audiência do website³

4,4 MM page views**

Audiência do website³

Fontes:¹IVC Janeiro/2026 (impresso + digital –média domingo jornal O Globo) // IBOPE–TG BR 2025 R3 -Pessoas: Leitores Revista: Leu impresso nos últimos 6 meses// ComscoreMulti-PlataformDez-Fev/2026 -* Total Digital Population -** Desktop andMobile // AnalyticsRedes Sociais Fevereiro/2026 (dados com sobreposição entre as redes)



é grande como o Brasil e ousada como os brasileiros.

877k
seguidores

Mídias Sociais⁴



326 K

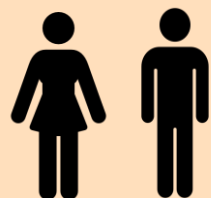
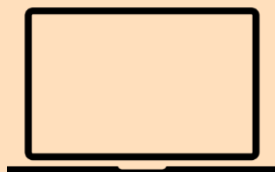


501 K



66 K

audiência



REVISTA

63% Mulheres

61%AB

33% C

29% 45 a 54 anos

08% até 24 anos

26% 25 a 34 anos

24% 35 a 44 anos

13% +55 anos

SITE

75% Mulheres

47%AB

38% C

40% 55+ anos

01% Até 24 anos

07% 25 a 34 anos

30% 35 a 44 anos

22% 45 a 54 anos

ela



Quanto maior, melhor

Exemplares brasil		Assinantes brasil ¹		Assinantes SP ¹	
ELA ¹	432.288	ELA	414.842	ELA	65.192
CLAUDIA ²	36.000	MARIECLAIRE	14.388	MARIECLAIRE	2.749
MARIECLAIRE ¹	27.241	VOGUE	5.304	VOGUE	1.704
VOGUE ¹	15.044	GLAMOUR	755	GLAMOUR	272
ELLE ³	15.000				
GLAMOUR ¹	5.551				

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

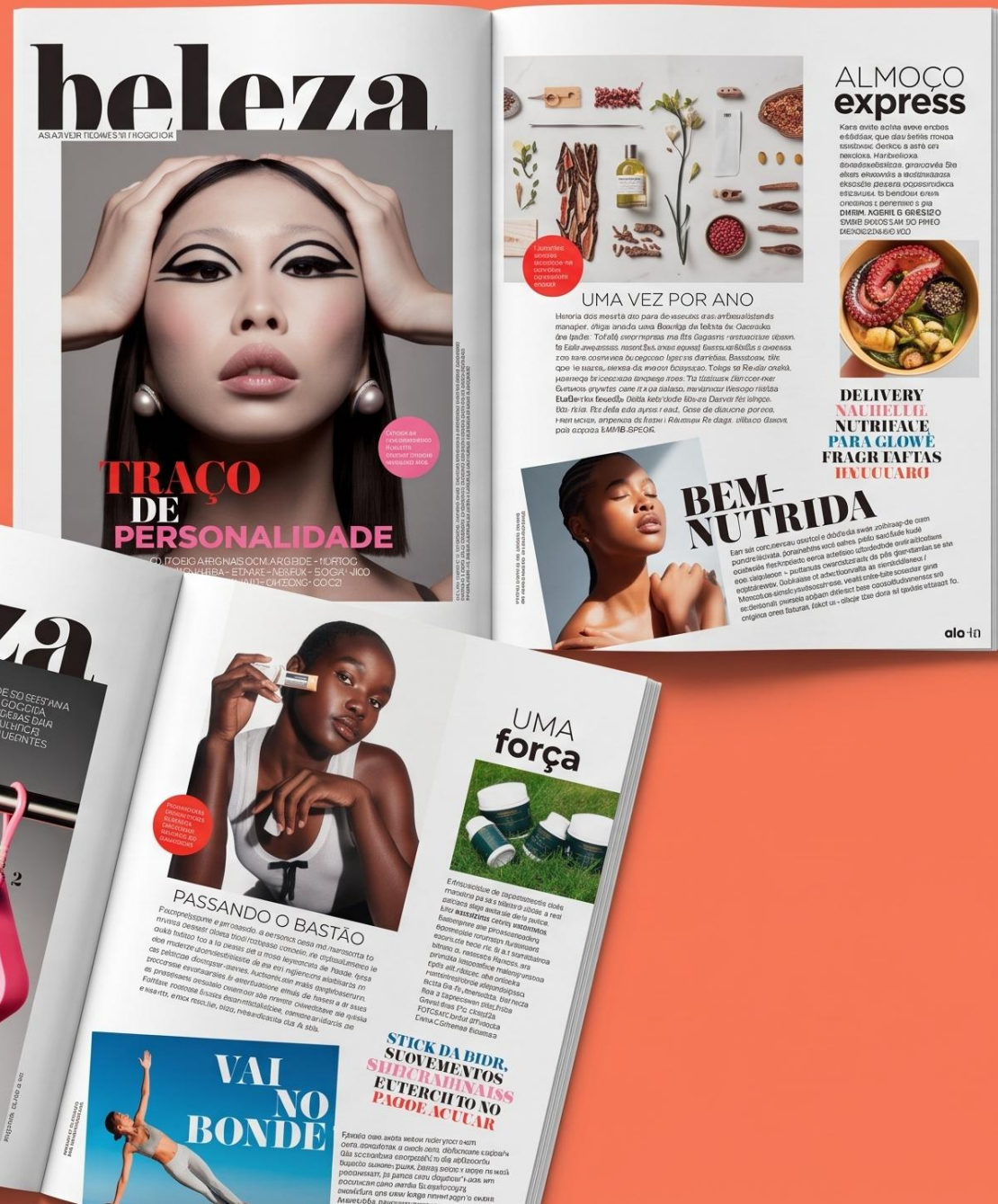




front

del
obscuro
colore
cattolico

beleza



MODA

ENSAIO ABERTO

PECAS INSPIRADAS
RONBAU-ELLERIE
NO AUAU A LINGERIE
SEMPRE ROMANTICO

ELABORADO POR AOPPE DO MUNDIO ELOANETT

Foto: Miroslava
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora
Lorenzoni e Lora



MODA

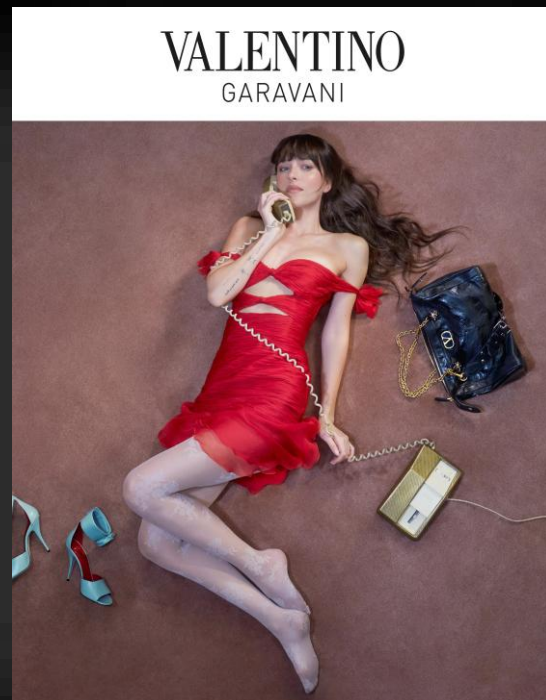
ROMANTISMO REBELDE

FENDAS, LACOS,
DRAPEADOS
E BABADOS
VALORIZAM
A POTENCIA
FEMININA E
AQUECEM O FIM
DO INVERNO

PRETO FEMININA CORY OI M
MENS ADRIAN CORY



editoriais
de
moda



anunciantes
internacionais

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

ela

ela inspira

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



[Clique aqui para saber como foi o evento em 2026](#)



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

ela verões

[Clique aqui para saber como foi o evento em 2025](#)

elas por **ela**

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

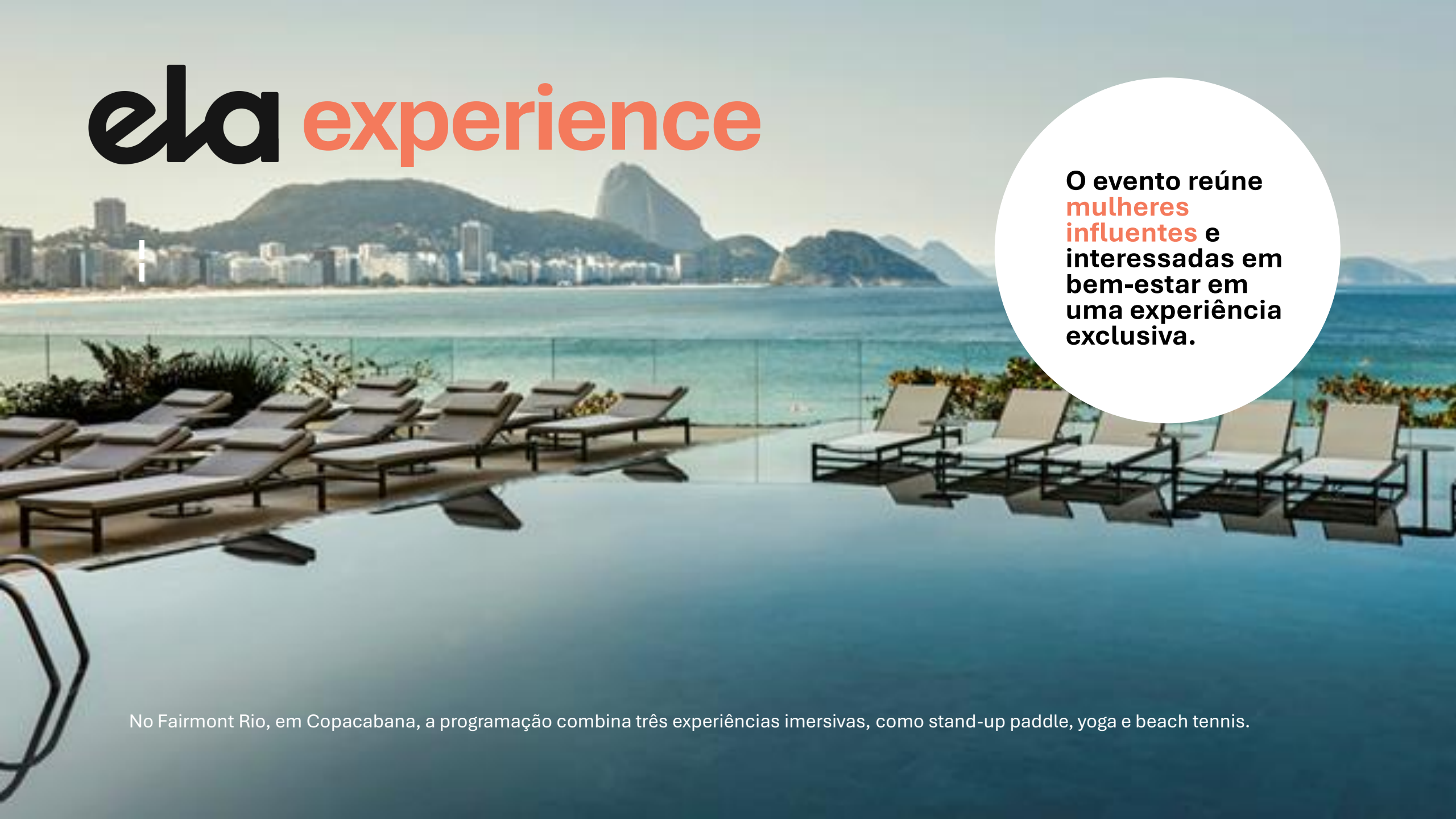




Durante o Rio
Gastronomia,
a marca parceira
poderá oferecer uma
aula show mediada
pela Marina Caruso,
editora-chefe da
revista ELA, junto
com chefs
convidadas.

rio gastronomia com **ela**

ela experience



O evento reúne **mulheres influentes** e interessadas em bem-estar em uma experiência exclusiva.

No Fairmont Rio, em Copacabana, a programação combina três experiências imersivas, como stand-up paddle, yoga e beach tennis.



Inspirada no ELA
Experience, a
edição Al Mare
reúne creators e
celebridades para
uma manhã a
bordo do Atlantis
Grand, com
embarque na
Marina da Glória.

A programação
combina yoga, sound
healing, gastronomia e
produção de conteúdo
em alto-mar. A proposta
une autocuidado,
relacionamento e a
curadoria editorial de
ELA em uma vivência de
marca intimista.

ela experience al mare

desfile comentado

A experiência ganha cobertura na revista, no site e nas redes sociais.

Em parceria com a marca patrocinadora, **Marina Caruso**, editora-chefe de ELA, apresenta as **tendências das Semanas de Moda de Paris e Milão** e mostra como elas chegam às lojas brasileiras.



[Clique aqui para saber como foi o evento na praia de Ipanema para o Shopping Leblon](#)



[Clique aqui para saber como foi o evento no Village Mall](#)





Pauta, lista de convidados e comunicação são customizadas. O G.lab produz a cobertura, que ganha alcance na revista, no site e nas redes sociais.



Um encontro exclusivo e customizado que aproxima a marca de um público selecionado em torno de temas relevantes para as mulheres.

Em formato de brunch, happy hour, debate ou mesa-redonda, ELA conduz a conversa a partir dos interesses da audiência e da marca parceira.

ela talks

convocadas

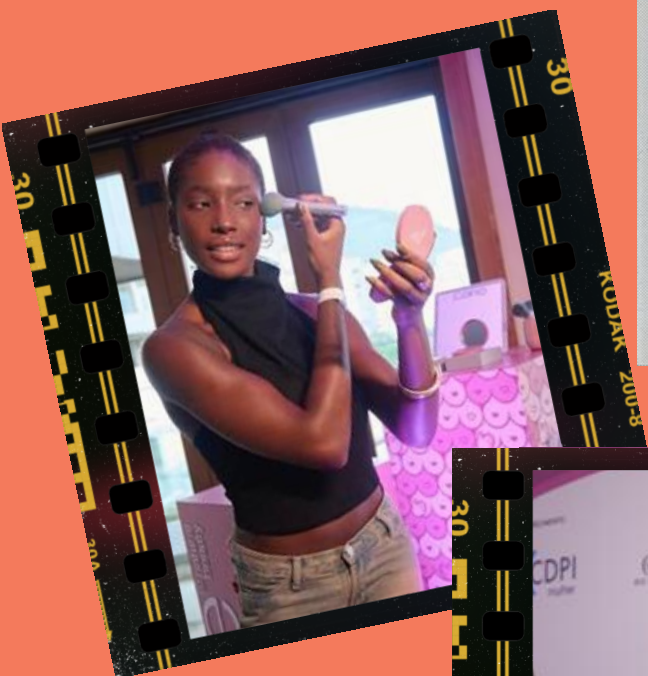
Copa do Mundo Feminina: 24 de junho a 25 de julho de 2027

CONVOCADAS é uma plataforma dedicada ao futebol feminino. O projeto acompanha a modalidade até a **Copa do Mundo de 2027** e amplia a conversa para além da competição por meio de conteúdo, debates e experiências.

A jornada inclui a **Arena Convocadas**, **ponto de encontro para assistir aos jogos com programação e experiências de marca**, e o **Caminho da Copa**, iniciativa itinerante que leva o Mundial a diferentes cidades do país.



A plataforma também contempla mesas-redondas, séries especiais, canais editoriais, newsletters e capas digitais. As marcas participam com experiências, conteúdo customizado e amplificação editorial.



Em uma edição especial, Elas por ELA promove uma manhã de informação e acolhimento sobre prevenção, diagnóstico precoce, tratamento e saúde integral da mulher.

O encontro reúne especialistas, personalidades e convidadas em uma conversa sensível, acompanhada de brunch no Fairmont Rio. ELA e a marca patrocinadora definem a pauta, o perfil das participantes e a comunicação.



A divulgação e a cobertura na revista, no site e nas redes sociais ampliam a conscientização sobre a causa e associam a marca a uma pauta essencial para as mulheres.

outubro rosa

O projeto
acompanha as
transformações
vivas por
mulheres com 45
anos ou mais.

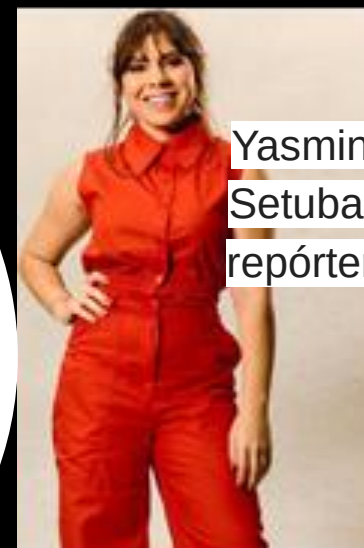
fórum longevidade

**Um movimento editorial
de Marie Claire e ELA
dedicado aos novos
caminhos da maturidade
feminina, com conversas
sobre saúde,
comportamento, trabalho,
beleza, consumo e
diferentes formas de viver
essa fase da vida.**

A marca
patrocinadora
participa de uma
conversa relevante
sobre longevidade,
consumo e
autocuidado.

squad para projetos

O squad de ELA reúne talentos preparados para criar conteúdo em primeira pessoa, com possibilidades de cobertura de eventos, talks, mediações, avaliações de produtos e unboxings.



Yasmin
Setubal
repórter



Marcia
Disitzer
repórter



Joana Dale
editora
assistente



Eduardo
Vanini
repórter



formatos especiais impressos



REVISTA ELA
CUSTOMIZADA



SOBRECAPA



COLUNA

CUSTOMIZADA

conteúdo exclusivo da marca
em uma coluna patrocinada
na revista ELA



Edição especial de ELA,
desenvolvida exclusivamente
para o cliente.



LIVRETO

encartado nas
páginas centrais da
revista.

Tiragem sob
consulta, com
possibilidade de
reimpressão para o
cliente.



CAPA DIGITAL



CONTEÚDO
SITE



REDES SOCIAIS



formatos especiais digitais



ela