



**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.

ela

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

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

ela



eta

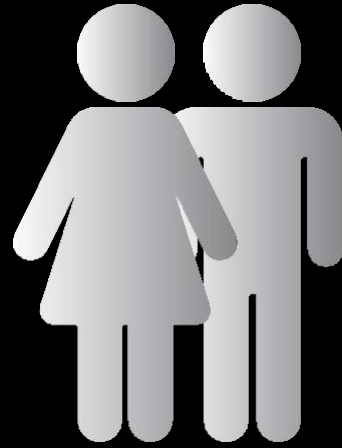
ELA é grande como o Brasil e ousada como os brasileiros.

CIRCULAÇÃO
(IMPRESSO + DIGITAL)
414.962
EXEMPLARES¹
TOTAL DE LEITORES²
976 Mil

**AUDIÊNCIA
DO WEBSITE³**
6,1 MM
VISITANTES
ÚNICOS*
6,0 MM
PAGE VIEWS**

**MÍDIAS
SOCIAIS⁴**
850K
SEGUIDORES
 281K
 504K
 65K

Audiência



REVISTA

62% Mulheres	28% 35 a 44 anos
61% AB	07% até 24 anos
33% C	24% 25 a 34 anos
	20% 45 a 54 anos
	21% +55 anos

SITE

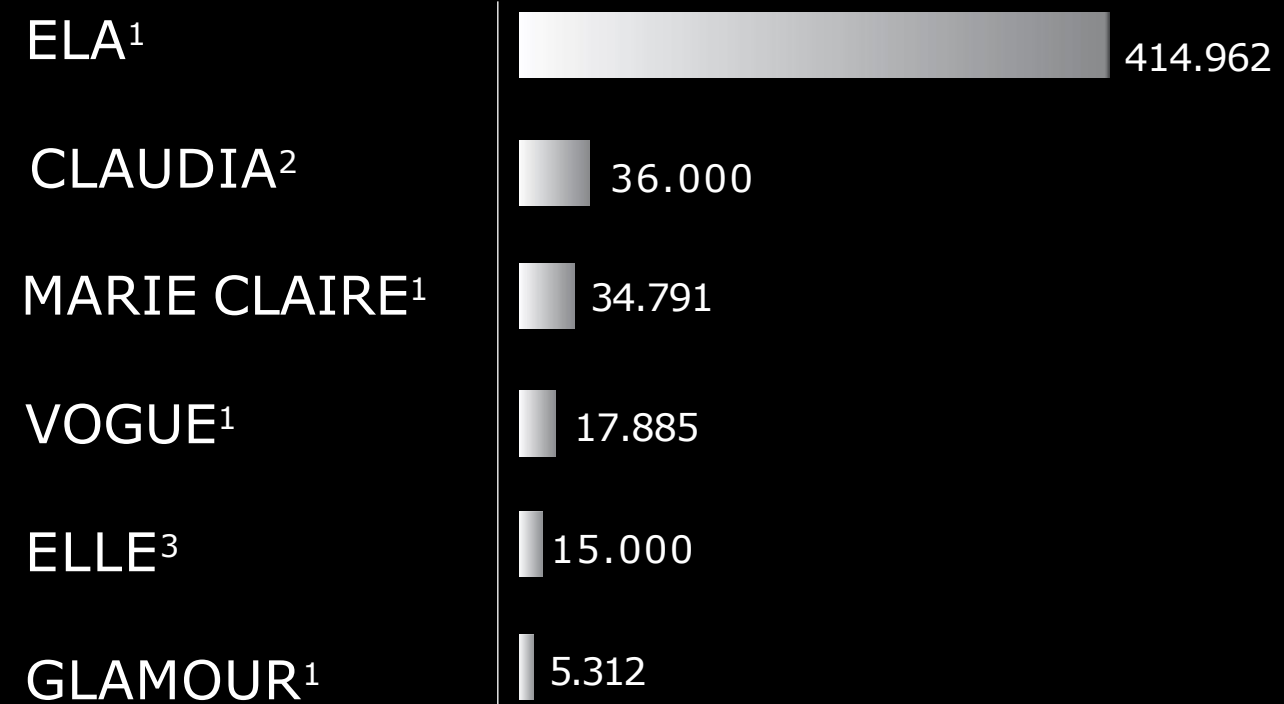
75% Mulheres	40% 55+ anos
47% AB	01% Até 24 anos
38% C	07% 25 a 34 anos
	30% 35 a 44 anos
	22% 45 a 54 anos

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

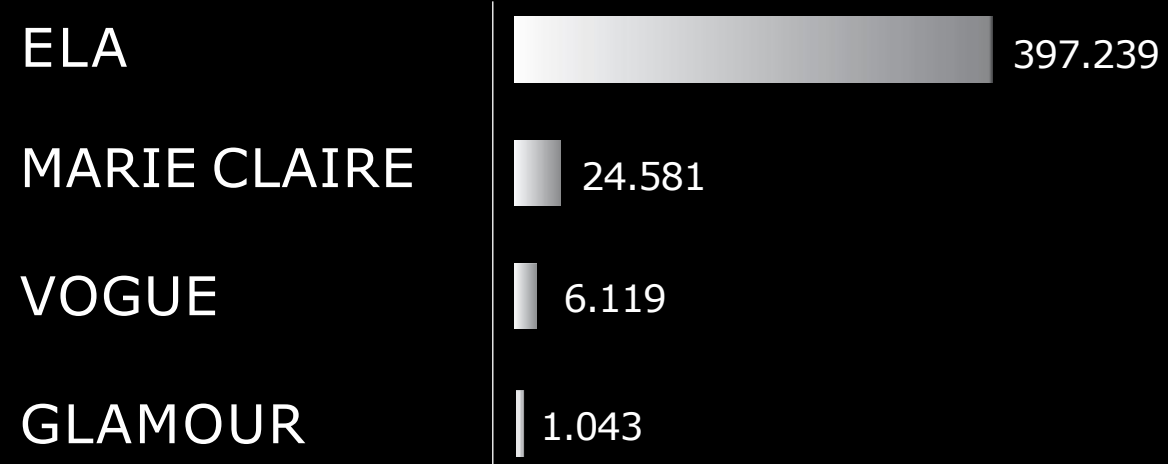
etla

Quanto maior, melhor

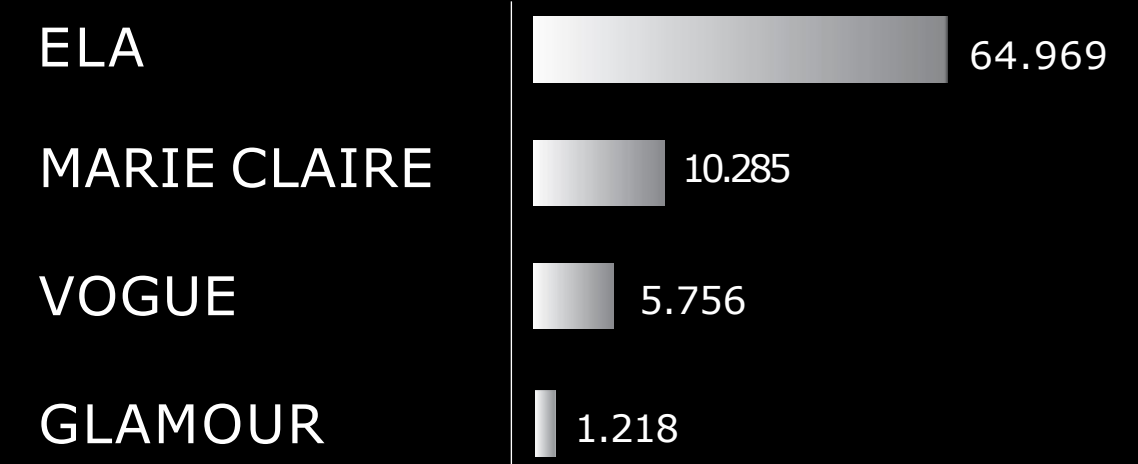
EXEMPLARES BRASIL



ASSINANTES BRASIL¹



ASSINANTES SP¹



Fontes: ¹IVC – Circulação Edição impressa + digital: Revista Ela: Média domingo Jornal O Globo Agosto/2025; Marie Claire: Junho/2025, Vogue: Junho/2024 e Glamour: Maio/2025 | ²Editor – Circulação impressa + digital | ³Editor – Tiragem edição impressa. Os editores não disponibilizam dados de assinaturas das revistas Elle e Claudia.

ela





Front



FRONT

Por LÍVIA BREVES | Fotos LEO MARTINS

SENHA PARA ENTRAR

CADINHO E TUNICA ABREM A HAUS, UM MIX DE BISTRÔ E PUB COM MÚSICA, COMIDA E PESSOAS BACANAS

O clima é gostoso, apelo bar escondido, que só quem conhece acha. No Instagram da Haus, em Ipanema, o endereço e cidade e a pista para entrar é "procurar o Luan de fundo de um túnel preto, em frente à Praça General Osório". Os barcos adoram. Nessas poucas semanas de funcionamento, estiveram lá Regina Casé, Martha e a rapper Majar. No dia 30 de abril, Sophie Charlotte comemorou seus 30 anos no mix de pub londrino com boteco carioca com os amigos Thaila Ayala, Dêlora Nascimento, Fiorella Marinho, Isis Valverde e Mariana Xerxes.

O espaço do empresário Ricardo Bonatini, o Cadinho, e do chef Maria Antonia Bocayana, a Tunica, fica onde funcionou o Sheraton's, que teve seus tempos áureos, mas estava em baixa.

"O ponto é bom, a estrutura do espaço é ótima. Tem um lugar estreito com televisões, cheiques e baristas. O Cadinho, que foi dono de videoclipes e hoje comanda a Haus. "A minha vontade de fazer esse referencial do que quer que seja para a Audiência eu sempre tive".

Com a bagagem de anos e a ideia de um espaço de entretenimento, tem quadros de obras artísticas da AD Studio, lembrança de plantações, néon e prós locais guardados na minha casa. Aproveitamos legal e limamos o que não ficou se tem a nossa cara", conta Tunica, e internacional, mas os itens foram esqueci bastante em frutos do mar e



ESCONDIDA EM IAPANEMA E FREQUENTADA POR... COMO A ATRIZ THAILA AYALA E A CANTORA MARTINA XERXES

FRONT

Por EDUARDO VANINI
Foto PEDRO NAPOLINÁRIO



adida, mas ela não quer ser vista como uma artista negra. Ela está de quem tem agenda cheia. A atriz está no ar como a pastora Dagnat em "Mar do Sertão", novela das 18h da TV Globo, e emerge na personagem uma oportunidade para quebrar estereótipos. Afinal, tem se inspirado em pessoas da vida real para o papel. "A Dagnat tem ideias superboas. Na pesquisa, conheci muita gente legal, interessada num formato de religião que não é fundamentalista e conservador."

A atriz também acabou de entrar em cartas no Prime Video, na segunda temporada de "El presidente", e volta, no ano que vem, a diferentes plataformas com as séries "Tiro", no Globoplay, e "How to be a cantor", no Star+. Tudo isso enquanto seleciona atuações em obras de sucesso, como "Solo preso", "Liberdade liberdade" e "Fadas negras", todas da TV Globo. Nas duas últimas, criou um personagem com a atriz Mariana Nunes, de quem ficou próxima. "A Heloisa é uma das maiores de sua geração", elogia Mariana. "Canta e interpreta de uma forma mágica e hipnotizante."

Sabe-se que celebra uma história que atravessa oceanos. Com pai brasileiro e mãe angloira, Heloisa viveu no país africano até os 12 anos, quando veio para Brasil, fugindo da guerra civil. "Foi bem delicado porque detestava minha mãe e irmão em Angola. Não queria vir", recorda-se. Ela conta ter presenciado cenas como pessoas mutiladas e falta de comida em meio ao conflito, mas também guarda boas memórias da infância. "Lembro-me das festas de aniversário, de brincar na rua e de subir em árvores".

Em 2014, retornou, em grande estilo, para um temporada na terra natal, ao ser escalada para uma novela. "Foi uma das experiências mais bonitas da minha vida. Voltei com o meu trabalho, sendo vista pela minha família com admiração."



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

O cabelo foi um modo de se destacar em meio ao Brasil

FRONT

Por LÍVIA BREVES | Fotos NANA MORAES



BARRIGA O SAMBA

A POUCOS DIAS DA CHEGADA DE LINA, SUA PRIMEIRA FILHA, ROBERTA SÁ FALA SOBRE GRAVIDEZ AOS 41 ANOS E EM CIMA DOS PALCOS

Semana que vem, Roberta Sá faz 42 anos. Também será o período em que a primeira filha, Lina, pode nascer. Dezembro também é o mês de lançamento de seu disco "Sambasá", projeto que começou no início do ano e que rodou o país nos últimos meses — inclusive já com o barrigão, como no festival Rock the Mountain, em outubro, em Itaipava.

A cantora está com 39 semanas e, apesar de ter óvulos congelados desde os seus 34 anos, a gravidez aconteceu naturalmente. "Sei o que preciso fazer para engravidar, mas, confesso, foi uma surpresa. Aos 41 anos, achei que fosse difícil. E está sendo uma gestação tranquila, não tive enjoos, estou muito alegre. O Pedro (Seiler, produtor cultural com quem se casou durante a pandemia) me deu todo o suporte e conforto emocional, sinto que estou com a pessoa certa para esse momento. A nossa filha vem para somar", comenta.

Roberta conta que sentiu a pressão para engravidar desde antes da chegada dos 30. "Vivemos numa estrutura realmente machista. Fui questionada sobre isso desde os 27 anos. Já me coloquei em situações abusivas, que não gostaria de ter vivido, por conta dessa pressão sobre a mulher que precisa ser mãe, estar casada", lembra. "Depois, somos aterrorizadas pela contagem de óvulos. Eu congelai, foi um processo ruim e caro, mas recomendo, para quem puder pagar, porque dá uma tranquilidade. Meu maior medo era ser uma pessoa frustrada em algum momento por desejar e não poder mais engravidar."

Roberta manteve a rotina no estúdio e no palco durante boa parte dos últimos nove meses — incluindo uma turnê internacional com Hamilton de Holanda pela Europa, em maio. "Vem sendo um período que despertou muita força e criatividade. Fiz questão de estar no palco, quero que minha filha tenha essa imagem de mim", diz, com lágrimas nos olhos. "Carregar uma mulher é muito potente e especial. Fiquei mais intolerante com os machistas. Olha tudo o que a gente faz gerando uma criança. Somos muito maravilhosos. Sei que não é fácil criar uma menina. Mas posso garantir para a minha filha que ela será ouvida desde pequena", promete. a

Durante a gravidez do DVD "Sambasá" presente para Lina



"A ROBERTA O SAMBA E EU GOSTO SEMPRE A" ZECA PAGODIN

Com 39 semanas, Roberta teve uma gravidez tranquila



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 co 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 autora da minissaia ser uma bola dividida inglesa e o francês André Courrèges, a associação deu origem a um símbolo de uma nova juventude que os designers da década de 1960 adotaram. (1930-2023)

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 co na ex



VISTA LOCAL

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

Arquitetura art déco, crush de estampas, tartãs 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 Garrêh. Também de 30, e Bernardo trabalhavam na Reserva.

O objetivo está localizado num prédio comercial, no meio do movimento da Nossa Senhora de Copacabana. Todo decorado com atóis de roupas e dos materiais e salas de fim de semana que dividem o mesmo edifício. O caso de referência que busca em Copacabana dá vida a roupas e acessórios que vão do clássico ao esportivo, com calças de alfataria e malins. O hábito essencial para as viagens, serve de narrativa para o editorial de 2021, "Elevate Copacabana", estrelado por personagens reais de momento, esporte e alfataria", conta Felipe. A conexão com os dias atuais se dá pelas estampas e modelos desconhecidos. "A ideia é usar a moda de conforto, exemplo de uso de um cinto com estampa de onça, por relembra o sangue novo na Praia de Botafogo. "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 pano de fundo da 59ª 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 produtos bem elaborados e, ao mesmo tempo, ativistas, foram os destaques na passarela.

Tem foi o caso da carioca Marina Bitu, que trabalhou na marca homônima com a sista, Cecília Bitu. A dupla levou ao evento a história do Hotel Bitu. O traço plural e acolhedor do espaço, que funcionou em 1911, em Fortaleza, colaborou para que a cidade guardasse o status de cosmopolita que trouxe. Marina Bitu saiu do óbvio sobre o que é ser uma estipista modesta e elaborada, de maneira global, técnicas como lincio, em versões mais de selado, bordados manuais, feitos por artesão locais, e plissados, que remetem a santuários da região.

O cheio do novo fez com que a consultora de moda Thais Fataga se entusiasmasse. "O que 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. Impremões icônicas e vários "bras", etc."



Beleza

BATÔM ESCURO E CÍLIOS VOLUMOSOS IMPRIMEM MAKE INVERNAL

BELEZA

Por MAPUA DISTZER
Foto: PASCHAL RODRIGUEZ

VOCE TEM MEDO DE QUÊ?

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

COSMÉTICOS EM TONS TERROSOS DÃO AR SOFISTICADO AO OUTONO

BELEZA

Por MAPUA DISTZER
Foto: PASCHAL RODRIGUEZ

MINIMALISTAS

Assim como a moda, a beleza do momento para o outono pede o básico. A tendência é trabalhar em tons terrosos, com o uso de produtos que criam um efeito sutil, assim como o difusor e o bebe-nódoz, explica a especialista em maquiagem, a beauty artist André Veioso.

1. Blush em pó, Coré, R\$ 127. 2. Batom, L'Oréal Paris, R\$ 49. 3. Pó compacto, L'Oréal Paris, R\$ 49. 4. Lápis para os olhos, Coré, R\$ 33. 5. Batom, Coré, R\$ 49. 6. Batom, L'Oréal Paris, R\$ 49. 7. Pó compacto, L'Oréal Paris, R\$ 49. 8. Lápis para os olhos, Coré, R\$ 33. 9. Batom, L'Oréal Paris, R\$ 49. 10. Batom, L'Oréal Paris, R\$ 49. 11. Batom, L'Oréal Paris, R\$ 49.

ÓLEO COM AZEITE DE OLIVA, CAMPANELA E SOMBRA COM EMBALAGEM JEANS

A cientista que acaba de lançar o produto, a beauty artist André Veioso, indica que o produto é ideal para quem quer cuidar da pele e dos cabelos. O produto é ideal para quem quer cuidar da pele e dos cabelos.

DENIM CULTURE EM QUATRO TONS

A diretora de maquiagem da Guerlain, Violeta Santini, lançou a linha Denim Culture, uma coleção de produtos com cores de jeans. A coleção inclui um batom, um blush, um pó compacto e um lápis para os olhos.

REVISTA ELA 41

OLHA A ONDA

As referências do passado são combinadas para a beleza do presente. De volta aos anos 1990, volta à cena o cabelo Moicano, como está sendo chamado, muito adotado naquela época, e que virou um símbolo social. A técnica cai como uma luva em quem tem cabelo crespo e cacheado. De acordo com o beauty artist Fernando Tortato, essa é uma tendência que vem na contramão pela valorização das texturas e funciona muito bem em cabelos que tenham corte em camadas. A técnica volta como produto para criar esse efeito, assim como o difusor e o bebe-nódoz, explica a especialista em maquiagem, a beauty artist André Veioso.

DETOX NOS FIOS

As marcas MeuQ e Push Matcha são para lançar uma linha de produtos para a pele e os cabelos.

MIL TONS

As cores terrosas, em tons de bege, verde oliva, são as cores do momento. A gama de tons para os olhos é muito ampla para a época. Enquanto o lápis para os olhos, o melhor fixação e o melhor efeito de fixação para quem quer um efeito mais natural, o delineador em gel é o melhor para quem quer um efeito mais dramático.

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

PERFUME ECOLÓGICO

A City Line, lançada pela Parfums de France, é um perfume sustentável e ecológico. O perfume é feito com ingredientes naturais e é produzido em uma fábrica sustentável.

LÁPIS E DELINEADORES PIPOCAM COM AMPLA OPÇÃO DE CORES

BELEZA

Por ISABELA CABRAL
Foto: EDUARDO SVEZIA

QUENTE OU NÃO?

Uma tendência recorrente de uma para outra, de olho em acessórios. A marca Vibe (R\$ 180) tem produtos para a pele e os cabelos. A marca Vibe tem produtos para a pele e os cabelos.

CÁPSULA DE TAPIOCA, NOVA PARA FLACIDEZ DA PELE COMEMORATIVA DE PÓ TRAI

A marca Vibe lançou uma nova linha de produtos para a pele e os cabelos. A linha é chamada de Tapioca e é feita com ingredientes naturais.

ela

Capas

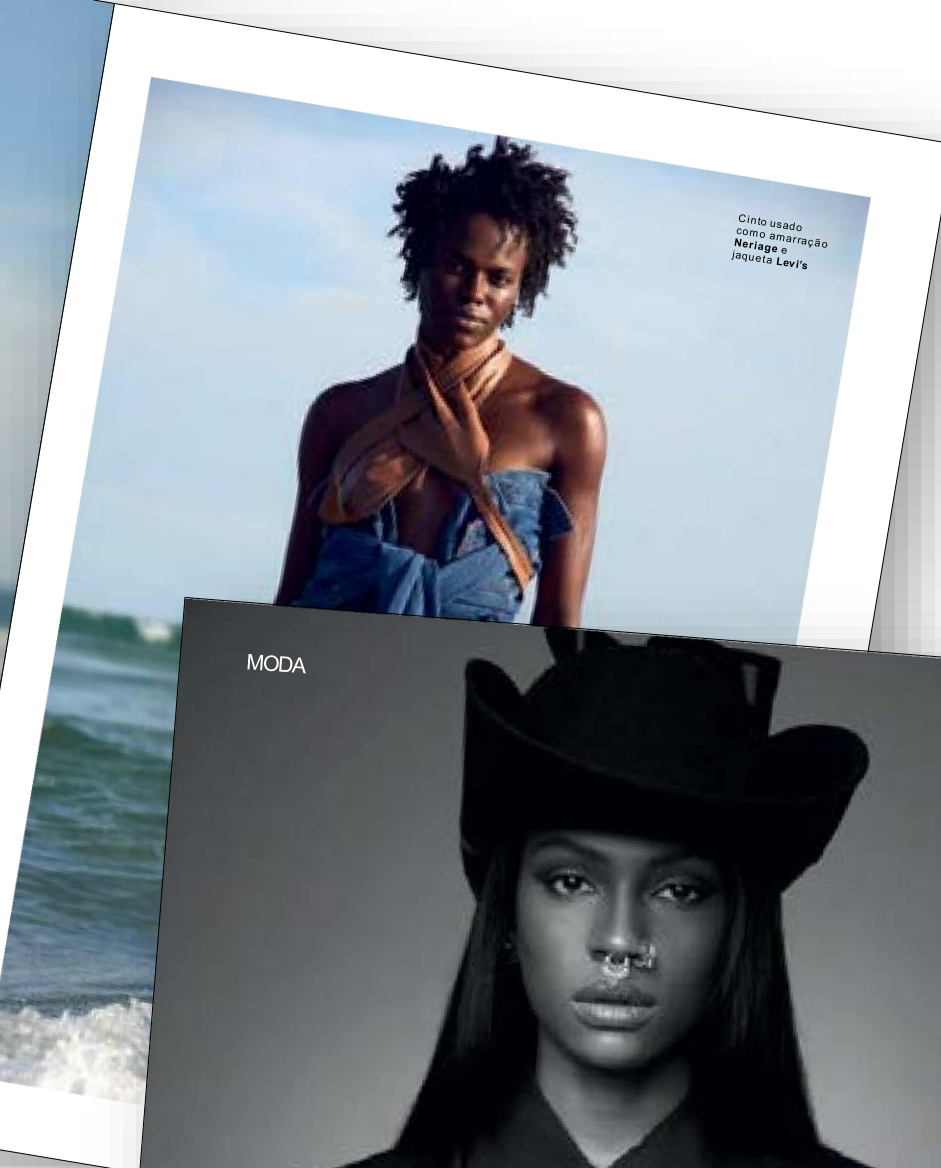


Artigos de capa



ela

Editorial



Anunciantes internacionais



"CLÁSSICO"? É assim que alguns descreveriam o Oyster Perpetual Lady-Datejust 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 para mulheres. Lady-Datejust. clássico, criado para mulheres. Lady-Datejust.

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL LADY-DATEJUST

CONTRIBUIDOR ESPECIAL ROLEX
SARA
 SHOPPING L'ORON: (11) 280-4535
 PARANÁ: (21) 202-4521
 S: (21) 208-4521
 @SARALASPECIAL
 SARALAS.COM



ela



elva

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

etla

Ela Inspira

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



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



ela