

Silvia Maria Motta
Nata a Milano il 28-11-1952
Giornalista professionista dal 1979

Silvia Motta, giornalista, direttore moda ed editore.

Nata a Milano, Sagittario, frequenta la Deutsche Schule dal Kindergarten all'Abitur e si iscrive all'Università Statale di Milano, corso di Laurea in Lettere e Filosofia, indirizzo Storia e Critica d'Arte. Nel contempo, prende un master degree in Visual Design al prestigioso Politechnic of Design di Milano, il cui insegnamento si ispira al più celebre Bauhaus, con docenti come Bruno Munari, Max Huber, Gio Ponti, Gillo Dorfles e artisti contemporanei come Agostino Bonalumi.

Ancora all'università, giovanissima, inizia la sua carriera nel 1975 lavorando per L'Uomo Vogue, allora diretto da Flavio Lucchini. Poi passa a Vogue Bambini e a Lei, allora edizione italiana di Glamour. Viene chiamata a Grazia nel 1980 e poi nel 1984 ad Amica come head of fashion. Torna a Grazia come caporedattore nel 1986, di cui diventa direttore moda dal 1994 al 2013. Sotto la sua direzione, Grazia si impone come riferimento italiano nel mondo per lo stile della moda, semplice e sofisticato, e nel 2005 esce la prima edizione in lingua inglese in Gran Bretagna, a cui faranno seguito numerose altre internazionali di grande successo. La scelta di entrare in un settimanale e di non abbandonarne più la formula, nonostante le si siano presentate diverse occasioni, nasce dall'esigenza di voler comunicare con il lettore, anche con l'immagine di moda, con un approccio giornalistico, con un'estetica alta legata alla funzione. Riconoscendo alla moda una finalità sociale, sia riferita alla persona, come ricerca del bello e del buono, sia dal punto di vista della produzione artigianale e industriale, come motore dell'economia. Appassionata d'arte e di cinema ne ha sempre sottolineato il rapporto con la moda, con servizi che mettersero in risalto i contenuti in comune, mai dimenticando l'aspetto culturale legato alla comunicazione. Il compito del giornalista, oltre che informativo, dev'essere formativo.

Dedicata totalmente al lavoro redazionale, alla ricerca di nuove forme di storytelling, nel 2016 lancia il magazine internazionale Collectible DRY (Don't Repeat Yourself), che si impone subito per la sua originalità nel panorama editoriale del momento. Con un progetto ben preciso, legato alla sostenibilità dell'informazione e alla parità di genere: Collectible Dry wants to be a platform of unendorsed points of view, a place where meaning prevails on an overload of the repeatable. It looks at the world through eyes-wide-open. With a global storytelling, connecting modernity with tradition, making future interact with memory. Being omnivorous. Because only by restoring value to the meanings we will have greater freedom. "Bisogna ridare valore al significato delle cose, farle capire, sviluppare un positivo senso critico, per essere più liberi."

Molto riservata, non ama esporsi sui social media: ha sempre pensato che il meglio del parlare di sé fosse quello che fa.