

Addio pregiudizi “Le ragazze dimostrano di voler investire in quella che resta la vocazione principale della città”

E il Buzzi non è più “roba da uomini”

All'istituto tecnico quest'anno si è registrato un forte aumento di iscritte

PRATO – La notizia è di pochissimi giorni fa. L'incremento delle iscrizioni di ragazze al Buzzi ha superato tutte le aspettative, riaccendendo la speranza anche riguardo alla crisi del tessile in città. Oltre al fatto che il numero delle iscrizioni all'istituto è rimasto stabile nonostante la discesa del settore, 63 pre-iscrizioni su 375, cioè il 16,7% (il doppio delle 32 dell'anno scolastico in corso) di richieste tinte di rosa, lasciano ben sperare. “Trovo una cosa piuttosto normale che si continui a puntare sull'unico settore che ancora distingue la città” osserva Rita. “Il forte incremento, che ci auguriamo non occasionale, inverte una tendenza che finora ci distingueva dagli altri paesi europei più avanzati” aveva commentato il dirigente scolastico del Buzzi, Ermilio Serniotti. “Trovo normale che con il passare del tempo certi vecchi pregiudizi comincino forse a incrinarsi. L'idea che che il lavoro nell'industria manifatturiera sia cosa da uomini, è superata” dice Luigi. “Anche se c'è crisi, le donne dimostrano di voler investire le proprie conoscenze in quella che resta la vocazione principale della città” commenta Maida. In tutt'altra direzione il parere di Salvatore. “Secondo me è una sorta di ultima

spiaggia” dice “mi spiego meglio: un modo per farsi spazio nel mondo del lavoro battendo strade che finora venivano scartate favorendo licei e istituti tecnici commerciali”. “Per molte ragazze, secondo me, è un modo per avere un'istruzione tecnica di tipo differente. E per tentare di accedere al mondo del lavoro, in modo specialistico, senza passare necessariamente dall'università” dice Sara. C'è da ricordare che l'incremento delle pre-iscrizioni al femminile può essere in gran parte attribuibile al Progetto Rosa che consisteva, oltre che in azioni di informativa nelle scuole, anche in una campagna sui mezzi di comunicazione e cartellonistica diffusa negli spazi urbani, in particolare nelle pensiline e paline delle fermate degli autobus prossime alle scuole medie.



