

LA 2ª REVOLUCIÓ INDUSTRIAL A PARTIR DELS BÉNS DE CONSUM QUOTIDIANS

VISITA A LES BOTIGUES-MUSEU DE SALÀS DE PALLARS

ESPAI 1: LA FARMÀCIA. DE L'APOTECARI AL FARMACÈUTIC.

1. Defineix alquimista i comenta els 3 objectius més importants de la seva recerca.
2. Per què les bruixes tenien capacitat de guarir i d'alterar la consciència de les persones?
Posa un exemple de cada capacitat.
3. En què consistia la feina dels apotecaris.
4. Quan i per què es passa de l'apotecari al farmacèutic?
5. Analitza el pas de l'apotecari al farmacèutic a partir de les següents històries: elixirs, aspirina, pastilles dels Doctor Andreu, pomada Vick's VapoRub. I aigües purgants Llorach. (Cal triar-ne dues)

ESPAI 2 : L'ESTANC. DEL TABAC A GRANEL A LA CIGARRETA AMB MARCA.

1. Per què s'anomenen estancs a aquest tipus d'establiment?
2. Quin fet històric provoca el pas del tabac a granel a la cigarreta?
3. Hi ha algun cartell publicitari que anuncia paper de fumar de forma políticament incorrecta. Per què?
4. Analitza el nom de dues marques de tabac.

ESPAI 3 : LA BARBERIA. DE LA NAVALLA A LA FULLA D'AFAITAR GILLETTE.

1. Comenta el significat de les bandes de colors que identifiquen les barberies. Tenen alguna relació amb els oficis medievals i els gremis?
2. Explica com funcionava el sistema tradicional d'afaitat.
3. Breu biografia de King Gillette.
4. Quin fet històric va provocar la difusió internacional de les fulles d'afaitar. Per què?

ESPAI 4 : BOTIGA D'ULTRAMARINS. DEL GRANEL A LA MARCA.

1. Com funcionaven les botigues en l'època preindustrial?
2. Per què molts d'aquests establiments s'anomenaven "Ultramarinos i Coloniales"?
Comenta el significat de la figura-reclam de l'indi.
3. Analitza el pas del petit artesà al gran burgés industrial a partir de la història de la xocolata Amatller.
4. Explica la importància que va tenir Henry Nestlé, Jules Maggi i els germans Page en la revolució agroalimentària de l'últim terç del segle XIX.
5. A partir de la història de l'anís del Mono comenta el tres aspectes que van fer possibles el pas del granel a la marca.