

# *Emblemata Farmacéutica*

NOMBRES Y SIGNOS FARMACÉUTICOS  
EN LAS ANTIGUAS BOTICAS EUROPEAS



Marta García Garralón

Archivo del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid

Archivo  
ACOFM

## EMBLEMATA FARMACEUTICA

### NOMBRES Y SIGNOS FARMACÉUTICOS EN LAS ANTIGUAS BOTICAS EUROPEAS

**Marta García Garralón**

Archivo del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (ACOFM)

Diseño gráfico: **Ricardo Salvador**

Desde el COFM impulsamos la cultura y la divulgación de la Historia de la Farmacia. Cualquier uso de la información contenida en este blog deberá incluir la siguiente cita:

© ACOFM. Marta García Garralón, *Emblemata farmacéutica. Nombres y signos farmacéuticos en las antiguas boticas europeas*. Archivo del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (ACOFM) <https://www.cofm.es/es/archivo/>

Desde nuestro nuevo blog del Archivo del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, iniciamos una serie temática, que guarda relación con los signos vinculados a la Farmacia.

¿Cómo se daban a conocer las antiguas boticas? ¿empleaban elementos similares a nuestros modernos carteles publicitarios? En tal caso, ¿en qué consistían estas representaciones? Sabemos que el ejercicio de la Farmacia se valió de distintas formas de representación, como eran los símbolos, las imágenes y los colores, a modo de lejanos precedentes de la publicidad moderna.

¿Existió alguna diferencia entre las farmacias del área mediterránea de aquellas que dispensaban en el centro de Europa? Sus modelos gremiales eran distintos, con la característica de que en la Europa protestante la venta de medicamentos también era objeto de comercio por parte de drogueros, químicos y otros individuos alejados del mundo profesional boticario más ortodoxo.

Para empezar, parece indudable que el uso de signos relacionados con la actividad farmacéutica hacía pública la identidad del individuo y del cuerpo profesional. El hecho de mostrar las bondades de la profesión tenía su recompensa en forma de prestigio, pero también atraía el ojo del cliente y marcaba las diferencias con el competidor.

Más allá de tales propósitos, cuando el boticario colocaba una imagen en la fachada de su botica también podía significar un deseo de atraer la prosperidad, protegiendo a la botica de la mala suerte.



La imagen, en su conjunto, daba a conocer, no solo la identidad y el estatus social de su dueño, sino también su personalidad, sus aspiraciones y reivindicaciones.

En próximas publicaciones identificaremos parte de estos códigos sociales, encarnados en emblemas farmacéuticos institucionales, y comprobaremos cómo muchas boticas fueron conocidas bajo signos y nombres particulares, algunas de las cuales han resistido el paso del tiempo y perdurado hasta nuestros días.

Descubriremos farmacias que siguieron la tradición de representar animales o santos en sus fachadas, y cómo algunos boticarios holandeses optaron por exhibir curiosas representaciones escultóricas, denominadas *gapers*. Esta última práctica, arraigada en tierras septentrionales europeas, cuajó en el gusto popular, y pasó a convertirse en una tradición nacional farmacéutica.

Por su parte, las boticas francesas del siglo XIX pusieron de moda la exhibición en sus exteriores de instrumentos relacionados con el proceso de elaboración de los fármacos, una práctica que cruzó el océano y triunfó en los Estados Unidos.

Cerraremos este ciclo temático con ejemplos de la simbología farmacéutica más reciente, de la que se han servido oficinas de farmacia e instituciones farmacéuticas a lo largo del siglo XX. El conjunto de todas estas representaciones constituye un ejemplo de la riqueza de la imaginación farmacéutica europea, o de lo que algún autor ha venido a denominar la *emblemata farmacéutica*.

A

mable lector,

si alguna vez has pasado por la ciudad de Venecia y callejeado por el populoso puente de Rialto, habrás podido elevar tu vista, del lado de San Bartolomé, y recorrer un muro en el que se alza

una escultura con forma de cabeza dorada<sup>1</sup>.

Aquella testa laureada de cobre laminado perteneció a una antigua y renombrada botica, la *Spezieria allá testa d'oro*, famosa por la venta del remedio medicinal más famoso de la época: la triaca o teriaca magna. La triaca era un preparado polifármaco, compuesto de ingredientes vegetales, animales y minerales, cuya exitosa comercialización a lo largo de los siglos lo convirtió en una especie de panacea universal, recogida en las principales farmacopeas de la época.

En el siglo XVI, *la teriaca d'Andramaco* se vendía, de entre la gran cantidad de farmacias activas en la ciudad de los canales, en la botica de la cabeza dorada, una de las más famosas de su época. De hecho, el gremio de boticarios de *La Serenísima* fue uno de los más antiguos de Europa, y se benefició del rico comercio generado por el mayor emporio de drogas y especias del continente.

Ignoramos si los rasgos de aquella *testa d'oro* personifican a su antiguo titular, o bien se trata de una representación idealizada del médico griego Andrómaco. En todo caso, la cabeza dorada cumplía una función de señalización para viandantes y forasteros. Hoy día, este vestigio



**Imagen de la cabeza laureada que coronaba la botica veneciana de la *Testa d'oro*.**

**Se desconoce si la escultura responde a la persona de su antiguo propietario, o bien se trata de una representación ideal del médico griego Andrómaco.**

**Fuente: [Wikimedia Commons Testadoro](#)**

laureado desafía el paso del tiempo y se alza, como bello emblema farmacéutico, de entre los muchos que poblaron los exteriores de las antiguas farmacias europeas.

Si nos retrotraemos a la simbología medieval, de la que nuestra civilización occidental es heredera, podríamos decir que las grandes fuentes de inspiración en la imaginaria farmacéutica provienen de la triple herencia de la Biblia (quizás la más relevante), la cultura grecorromana, y la de los mundos del norte (con elementos celtas, germánicos, escandinavos u otros incluso

más lejanos)<sup>2</sup>. El mundo de los fármacos y del cuidado a los enfermos recogió en sus formas de expresión cultural esta herencia milenaria.

La concurrencia de boticas en el mercado sanitario de la Edad Moderna como consecuencia del desarrollo económico dio lugar a prácticas competenciales, y con ellas nació la necesidad de diferenciación entre unos establecimientos y otros. Los clientes acudían para la adquisición de fármacos, y ese poder del comprador de elegir a su proveedor de *materia médica* condujo a formas singulares de identificación profesional, como fueron la utilización de nombres y emblemas farmacéuticos. Signos y nombres proporcionaban información sobre la identidad del propietario y su posición social.

A lo largo de La Edad Moderna, la labor del boticario se fue perfilando lentamente, distanciándose de otras profesiones, que también se dedicaban a la elaboración y venta de remedios medicinales. Aun así, en distintos lugares de Europa siguió siendo frecuente la concurrencia de médicos, especieros, drogueros, cirujanos, ensalmadores y barberos, entregados a la preparación de ungüentos, jarabes, emplastos, aceites o tisanas para sus atribulados pacientes.

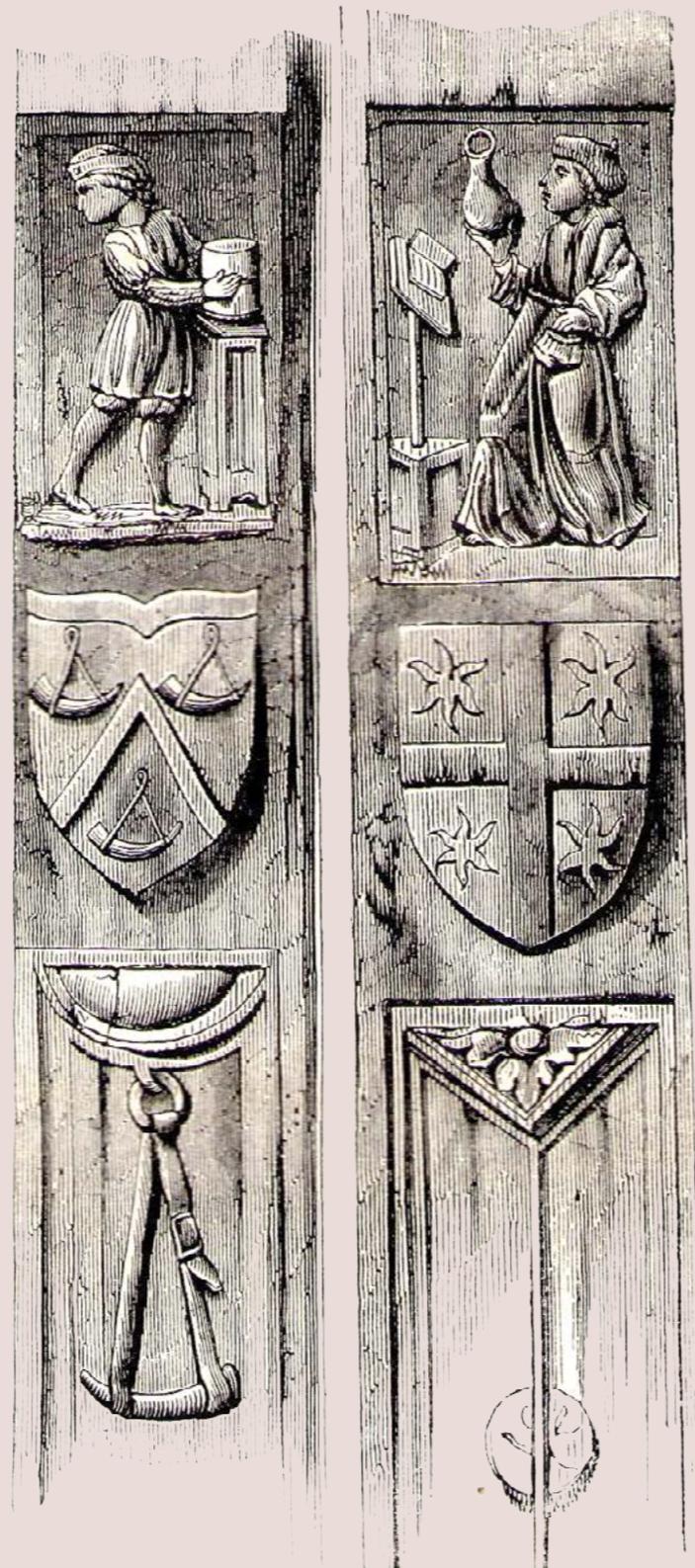
Numerosas boticas fueron abriéndose a mercados de consumo en crecimiento, y los habitantes de la región acudían a las ciudades, convertidas en polos de atracción para la compraventa de ganado, la adquisición de bienes de primera necesidad, o incluso de productos de lujo.

Cuando era una sola la botica que abastecía a una determinada área poblacional, no había

necesidad de identificarse. Sin embargo, en los núcleos poblacionales pujantes, la oferta de diferentes establecimientos para la venta de fármacos se extendió progresivamente, formando entornos de competencia. Cada establecimiento utilizó sus propias estrategias para atraer a los compradores. En el caso de la próspera ciudad francesa de Lyon, conocida por su rico comercio sedero y sus ferias anuales, los boticarios se agrupaban en ciertas calles bien conocidas. Por tanto, la necesidad de sobresalir en un mercado competencial ya existía en las sociedades protoindustriales y, por supuesto, en las que se sucedieron tras la Revolución Industrial.

En las grandes urbes, como Londres, París o Ámsterdam, los transeúntes, que deambulaban por un conglomerado de calles sin identificación, solían valerse de la señalización comercial para encontrar el camino. El hecho de que la mayoría de la población fuese analfabeta, fue uno de los principales motivos para la proliferación de estas representaciones ligadas al ejercicio de las profesiones. La cartelería y emblemas callejeros servían de primer contacto visual, invitando a los viandantes a entrar en los establecimientos, y a adquirir sus productos y servicios.

Desde los tiempos medievales, la ubicación de emblemas y signos identificativos llegó incluso a ser objeto de regulación. En la Inglaterra de Ricardo II, la autoridad impuso a los taberneros y vendedores la obligación de colgar signos identificativos para visibilizar sus comercios. La orden real facilitaba la labor de los inspectores



**Molturador, triturando drogas en su mortero. Enseña de una antigua botica francesa. Circa siglo XVIII. Escultura en madera, que adornaba la esquina de una casa ubicada en la plaza Sainte-Croix, de Nantes. M.A. Guépin, *Histoire de Nantes*. Dibujos de M. Hawke. Nantes, 1839, p. 157”.**

**Bajorrelieve de un boticario y un fisico, ambos con sus escudos de armas. Datado de finales del siglo XV o principios del XVI. Pertenecía a la puerta de un edificio de la calle Boucherie, en la ciudad francesa de Orleans. El Boticario maneja un tamizador y torna su mirada hacia atrás. A su lado, el médico se sitúa delante de un atril, y observa el contenido de un recipiente, que sostiene en su mano derecha. Bajo la figura del boticario, se muestra su escudo de armas, con tres cuernos, dando nombre al edificio en el que ejercía su profesión: el Hotel de los Tres Cuernos (Hotel Trois-Cornets). *Le magasin Pittoresque, rédigé, depuis sa fondation. Sous la direction de M. Édouard Charton. Dix-Neuvième année. Paris, 1851, p. 94.”***

y recaudadores del fisco y la utilización de signos fue una práctica habitual entre todo tipo de establecimientos comerciales a lo largo de la vieja Europa. Por ejemplo, edictos franceses del siglo XVI regulaban la exhibición de cartelería identificativa por parte de posaderos y taberneros.

La elección de la enseña que el establecimiento ponía en su fachada podía depender de distintos factores, como la ley aplicable, las costumbres seguidas por los comercios locales, pero también de la moda de aquel momento, o de las circunstancias históricas, e incluso de otros condicionantes, como el sentido comercial de los propietarios.

Si hablamos de modas, durante el periodo renacentista, por ejemplo, creció el entusiasmo por la cultura clásica, y ese gusto por la historia antigua llevó a la recuperación de la mitología griega y romana, y a su plasmación en multitud de reclamos comerciales.

Tiempo después, llegados los agitados años de la Revolución Francesa, las hasta entonces tradicionales representaciones de la monarquía, altavoces del esplendor de los soberanos, fueron drásticamente eliminadas del territorio galo, para ser reemplazadas por una nueva simbología, más acorde con los tiempos revolucionarios.

Algunas de las representaciones del ejercicio farmacéutico llegaron a superar su funcionalidad práctica, para convertirse en apreciables objetos artísticos, reveladores de la mano y el gusto estético de su creador<sup>3</sup>.

Emblema de un boticario inglés de Dorset. Bajorrelieve en madera, representando distintas escenas de la práctica médica y medicinal. Año 1623. El lema inferior viene a decir algo parecido a Dios hace de la tierra los medicamentos que el hombre sabio no debe descuidar.

Fuente: [Wikimedia Commons Dorset](#)



ALTISSIMVS  
CREAVIT DE TERRA MEDECINAM ET VIR  
PRVDENS NON ABHOREBIT ILLAM  
ANNO DOMINI 1623

A nivel particular, encontramos casos curiosos de denominaciones de boticas. Por ejemplo, hubo propietarios, que decidieron conservar el nombre y los emblemas de su antecesor, como forma de fidelizar su clientela. En otros casos, el nuevo titular adoptaba el nombre del maestro al que había servido durante su mancebía.

En estos mercados en crecimiento, las boticas practicaban un comercio variado, en unos tiempos en los que la profesión todavía no había evolucionado hacia la especialización que actualmente conocemos. Sabemos que las habilidades de algunos boticarios de Gales les permitían compaginar su profesión con las labores de barbero, e incluso dominar la fabricación de pelucas<sup>4</sup>.

Además de dar salida a una creciente demanda de medicamentos, en las boticas de hace siglos se comerciaba con especias y otro tipo de géneros. Partiendo de la existencia de distintos modelos profesionales de boticas, por ejemplo, las españolas del Renacimiento incluían la venta de especias, dulces, confituras, frutas, perfumes, productos cosméticos, aguas destiladas, cera, candelas, jabón, papel, tinta y pólvora<sup>5</sup>. Las inglesas ofrecían a sus habitantes remedios medicinales, además de vino, brandy, chocolate, perfumes, azúcar o tabaco<sup>6</sup>. Los boticarios de la región francesa de Maine vendían especias, miel, azúcar y cera<sup>7</sup>, y sus colegas italianos, además de proveer de bienes y servicios a enfermos particulares, hospitales y médicos, también tenían relaciones comerciales con pintores, a los que suministraban pigmentos para sus labores artísticas<sup>8</sup>.

Los boticarios jugaron un papel relevante en el cambio de estrategias de venta al por menor y en los hábitos de consumo, debido a las características específicas de las materias primas con las que comerciaban. De hecho, las farmacias fueron perfeccionando de forma pionera sus habilidades a la hora de utilizar el espacio, la luz, el mobiliario y las propias materias primas o elaboradas. El cuidado y atención puestos en la decoración y en la exhibición de sus productos destacaba por su cuidada presentación y sensación de orden, en comparación con el resto de comercios coetáneos. Una buena prueba de ello son las considerables inversiones realizadas por los boticarios en mobiliario, botamen, albarellos decorados y objetos exóticos<sup>9</sup>.

Todos estos elementos representativos del ejercicio de la farmacia reforzaron la pertenencia al gremio y contribuyeron a la consolidación de una identidad profesional, forjada en el arte de elaborar fármacos, e impregnada de una rica aportación de elementos sociales y culturales.

#### PATRONÍMICOS Y TOPONÍMICOS DE BOTICAS

En las ciudades europeas de hace siglos las casas y tiendas se identificaban bajo nombres o signos. Los habitantes se referían a los comercios por apelativos, o mediante símbolos relacionados con el propietario, la familia, o la localidad.

En el caso de las boticas, la identificación del establecimiento frecuentemente venía a través del nombre de su titular, y si la propiedad pertenecía a monasterios, órdenes religiosas u hospitales, los despachos de medicamentos solían recibir la denominación de la institución.



Goethe Apotheke, en Gotha, Alemania.  
Fuente: [Goethe Apotheke](#)

Generaciones de farmacéuticos ejercieron su profesión bajo el patronímico familiar, pero también se dieron casos en los que perduró el apelativo del antiguo propietario, un boticario que pasó a la posteridad por gestionar exitosamente su establecimiento, quedando después el negocio en manos de terceros. Otras veces, fueron la esposa o la hija del fundador las que dejaron su recuerdo, como ocurrió en las farmacias vienesas *Josefnnen-Apotheke* y *Herminen-Apotheke*<sup>10</sup>.

En algunas ciudades no era extraño encontrar concentraciones de boticas en un mismo barrio,



Farmacia *Adrianus Friedericus Jungius* en Füssen, año 1696. Letrero en madera policromada de una antigua farmacia. La imagen del pelicano alimentando a sus hijos con su propio corazón podría constituir un símbolo alquimista. En la parte inferior, el entonces farmacéutico, *Adrianus Friedericus Jungius*, anuncia con orgullo su profesión en forma de rima, haciendo honor al gran Paracelso:

Mi mayor placer es que tengo hierbas y flores finas y aisladas, de las cuales hago *Confortantia Laxantiva* y *Magisteria*, también *Spiritus* y *Olea*. El paciente se refresca y me regala el nombre de la farmacia.

Fuente: [Museo Alemán de la Farmacia, Heidelberg](#). Copyright: [Deutsche Apotheken Museum-Stiftung](#)

como en Venecia, donde la coexistencia de estos dispensarios en unas pocas calles dio lugar al epónimo de *calli dello spezier*, calle de los boticarios, legataria de la memoria de aquellos artesanos de los fármacos<sup>11</sup>.

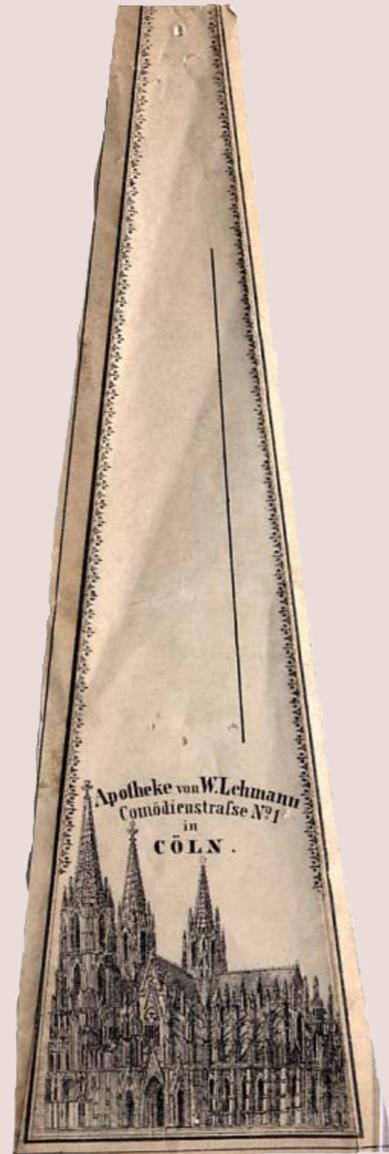
Otra manera de conocer a los practicantes y vendedores de medicamentos fue a través de su alias. En la Italia del Renacimiento, el oficio de los charlatanes participaba, junto al de los boticarios y bajo determinados requisitos, en la venta de algunos fármacos. Los charlatanes obtenían licencias del

gremio de boticarios para la elaboración y venta de determinados remedios secretos. Incluso, en ocasiones, ambas profesiones actuaban como proveedoras al por mayor y al por menor de materia medica. Algunos charlatanes fueron conocidos bajo “nombres artísticos”, como *Girolamo Sciamana*, natural de Fano, activo entre 1660 y 1680, y conocido como el *Aromatario Fanese*, por vender un electuario contra venenos y otros remedios, o *Domenico Lazzarini*, originario de Padua, que trabajó bajo el seudónimo de el *Aromatario Padoano*<sup>12</sup>.

La adopción de nombres históricos fue otro recurso a la hora de bautizar boticas. Todavía, hacia 1989, algunas farmacias austríacas funcionaban bajo nombres de personajes históricos, que por su importancia o consideración social mantenían un lugar preferente en el olimpo de la memoria. Especialmente, proliferaron farmacias con nombres de músicos (Anton Bruckner, Richard Wagner, Beethoven, Haydn), pero también las había con denominaciones de navegantes, gobernantes, reyes, o personajes históricos locales (Columbus, Marco Polo, o el emperador Francisco). En la sección de los hombres de ciencia, el médico Paracelso inspiró a un buen número de apotecas austríacas<sup>13</sup>.

Otra forma de denominar a las boticas estaba relacionada con el lugar o emplazamiento en el que desarrollaban su función. La farmacia vienesa *Ungar-Apotheke* se inspiró en la calle Ungargasse, en la que dispensaba a sus clientes. Las primeras denominaciones de farmacias en Austria se inspiraron en los nombres de los edificios en los que radicaban y, a menudo, se pintaban con diferentes colores, entre los cuales eran particularmente populares el oro, el blanco y el negro.

En el *Österreich*, o Territorio Oriental, llamar a las farmacias por su ubicación sigue siendo algo muy popular, sobre todo en la región de Tirol. El repertorio toponímico de nombres de boticas incluye calles y plazas, distritos y valles, llanuras y montañas, sin olvidar monumentos, puentes o edificios<sup>14</sup>. Durante el periodo medieval, las casas, comercios y farmacias bautizadas con nombres de fantasía y/o símbolos fue una



**Etiqueta de dispensación farmacéutica en tinta y papel, Farmacia von W. Lehmann, en Colonia. La imagen elegida por el farmacéutico Lehmann está vinculada a la catedral gótica alemana, monumento identificativo de la ciudad.**

**Fuente:** [National Museum of American History. Smithsonian Institution. Colección Bristol-Myers Squibb, regalo de la American Pharmaceutical Association y la Compañía Bristol-Myers](#)



**Etiqueta de dispensación farmacéutica en tinta y papel, Farmacia Campana de oro, Goldenen Glocke v. C.A., en Kirchheim, estado federal de Hesse.**

**Fuente:** [National Museum of American History. Smithsonian Institution. Colección Bristol-Myers Squibb, regalo de la American Pharmaceutical Association y la Compañía Bristol-Myers Squibb](#)

costumbre muy popular, que fue decayendo al introducirse la numeración callejera. A partir de entonces, esta práctica perdió su utilidad y multitud de representaciones desaparecieron de las fachadas. Quedaron algunas excepciones, como los reclamos utilizados por posadas y lugares de alojamiento. Al parecer, a finales del siglo XVIII y durante el siglo XIX, revivió en parte el empleo de una cierta simbología denominativa y patronímica para las boticas.

Otra interesante costumbre popular procedía de la inspiración religiosa. Boticario y santo también podían quedar uncidos bajo el mismo nombre, como fue el caso del farmacéutico Jacob Wilhelm Semmelbauer, que abrió en 1835 su farmacia en el suburbio Jacober, de Augsburgo, y la denominó *St. Jacob*<sup>15</sup>. Por su parte, la farmacia vienesa Wihelmine adoptó el nombre de una princesa (Wihelmine de Montlear-Sachse-Curland), que dio igualmente su nombre al palacio de Wihelminenberg, al hospital vienes Wihelminenspital y a la calle del mismo nombre, Wihelminenstrasse<sup>16</sup>.

En Austria y Alemania existieron farmacias con el nombre de *Stadtapotheke* o farmacia de la ciudad, especialmente características porque la titularidad pertenecía a la Corte o al municipio, y su gestión se adjudicaba a un farmacéutico empleado (p.ej., las *Stadtapotheken* de Innsbruck y Salzburgo). Otro caso curioso es el de las farmacias universitarias, *Universitätsapotheken*, operadas por algunas universidades en Alemania desde tiempos remotos, como la *Obere Apotheke*, sita en la ciudad alemana de Schliffelmarkt, y operativa desde mediados del siglo XV<sup>17</sup>.



Imagen de la Farmacia *Kajetona Stropus*, año 1910. El cartel que se muestra en la fachada de esta farmacia lituana contiene diversos elementos identificativos: el águila bicéfala, flanqueada por la palabra *Apteka*, la localidad en la que radicaba (la villa de Laukuva), junto al nombre del farmacéutico. Fuente: Vilma Giudiene, “The photography Archives at the Museum of the History of Medicine and Pharmacy in Lithuania as an object of exploration of pharmaceutical development”, en *Acta medico-historica Rigensia* (2005) VII: pp 257-264, p. 258.

Cerramos esta sección dedicada a nombres y lugares de farmacias, con la imagen de la farmacia lituana, perteneciente al farmacéutico Kajetona Stropus, tomada en 1910. En primera línea figuran el Sr. Stropus y su mujer, y detrás el cartel señalizador de la botica, con el águila bicéfala, emblema del imperio zarista, acompañada del apellido del propietario y el nombre del distrito. Tras la proclamación en 1940 de la independencia de Lituania, las farmacias abandonaron la simbología imperial rusa, para pasar a adoptar el emblema del estado nacional de Lituania.

#### BLASONES Y MOTIVOS HERÁLDICOS EN FARMACIAS EUROPEAS

La heráldica ha servido de motivo de inspiración para la simbología farmacéutica, y tradicionalmente ha contribuido a difundir códigos de significación, de los que se valían gremios, asociaciones, instituciones y personas<sup>20</sup>.

La corona ha sido uno de los símbolos más íntimamente ligados al poder, a la dignidad y a la realeza. Este distintivo de autoridad, ampliamente utilizado por la Monarquía, se manifiesta, por ejemplo, en el escudo de armas nacional de Suecia, que incluye tres coronas. Por eso, no resulta extraño que el nombre más común adoptado por las farmacias suecas en la década de 1970 fuera el de *Apotek Krona*, o *Farmacia Corona*, utilizado, por ejemplo, por la *Apoteket Kronan* de Estocolmo<sup>21</sup>.

En el caso de Suecia, algunos farmacéuticos, originarios de Alemania y Holanda, llevaron con ellos el nombre de las farmacias de sus países de origen<sup>18</sup>.

Por otro lado, nos encontramos con elementos arquitectónicos diferenciadores, o con

nombres de monumentos, que identificaban las farmacias. En Venecia, la documentación de archivo nos permite recoger algunos ejemplos de esta casuística: la *botica de la columna*, la *botica de la escalera*, o la de la *cabeza dorada*. En estos casos, el profesional quedaba unido al objeto arquitectónico o decorativo, y quedaba registrado en los

documentos como el *boticario bajo el símbolo de la columna*, o más brevemente como *en la columna*. Cada uno de estos apelativos, identificadores de los boticarios, surtía el efecto de otorgar una cierta familiaridad al establecimiento, y contribuía a la creación de espacios e identidades íntimamente ligados al ejercicio profesional<sup>19</sup>.

Emblema perteneciente a una botica de Ámsterdam, de autor desconocido, 1650-1800. El escudo se inserta sobre un león rojo sedente, apoyado en un mortero. La divisa contiene las tres cruces de San Andrés, sobre un fondo blanco, entre las que se entrelaza una serpiente. El ofidio es una clara alusión al carácter curativo del oficio de boticario.

Fuente: [Science Museum Group Collection](#). © The Board of Trustees of the Science Museum.



Emblema de principios del siglo XVIII de la farmacia sueca *Apoteket Kronan*, ubicada en el casco antiguo de Estocolmo, y abierta desde finales del siglo anterior.

Fuentes: [Wikimedia Commons](#)  
[Apotekarsocietetens museum, "Skylt, apoteket Kronan, Gamla stan, Stockholm," hämtad 1 mars 2021.](#)



Escudo del gremio de los Especieros y Boticarios de París, en el que figuran dos barcos de Gules con el estandarte de Francia, acompañados de dos estrellas, navegando sobre una ola verde. En la parte superior, un brazo en movimiento de color plateado sosteniendo una balanza dorada.

Fuente: *Histoire de la pharmacie. Université de Paris*



En el caso español, un buen número de motivos heráldicos han quedado perpetuados en botámenes, orzas, cantaros y albarellos de farmacias. Un bello ejemplo es el de la botica monacal del monasterio de Santa María la Real de Nájera, que data del siglo XVIII.

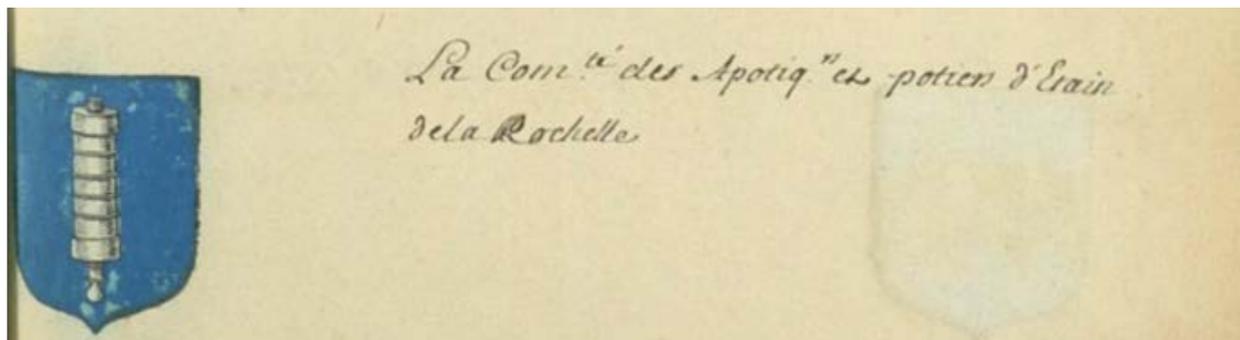
El dispensario posee una colección de botamen cerámico de 400 piezas blancas, con el escudo de la Abadía, en el que se recogen motivos ligados a la leyenda de su fundación<sup>22</sup>.

En Francia, a finales del siglo XVII las corporaciones profesionales, gracias a la obtención de privilegios, inmortalizaron en sus escudos la simbología específica de cada oficio. Los gre-

mios de boticarios fueron prolíficos a la hora de incluir su particular acervo ligado a la *materia medica*, en la que se alternaban las representaciones de San Cosme y San Damián con el instrumental del boticario (morteros, ungüentos, espátulas, recipientes, tijeras, jeringas, espátulas, palanganas, y navajas)<sup>23</sup>.

Escudos de los gremios de boticarios franceses de las villas de La Rochelle, d'Aurillac, Riom, Issoudun, Vierzon, Pierrefort, Murat, Ambert, Langeac, Chaudesaigues, Allauche, Saint Germain Lambrom, Montaigut, Issoire, Sauxiliange, y Clamecy.

Fuente: *Noblesse et Art de l'écu. Héraldique. Poésie & Métalangage*



En lo que se refiere a los boticarios de París, según un registro de oficios y mercancías, que se remonta al siglo XIV, los profesionales de esta populosa villa adquirirían sus géneros los sábados en el mercado. Una vez recibido el título, pasaban a denominarse maestros boticarios (*apothecari*), a quienes se les exigía, al momento de la entrega de su título, el curioso juramento que se reproduce a continuación:

“Juro y prometo ante Dios, autor y creador de todas las cosas, único en esencia y trino en persona, observar por completo los artículos siguientes:

Vivir y morir en la fe cristiana;

amar y honrar a mis padres cuanto me sea posible;

no hablar mal ni despreciar a ninguno de mis doctos maestros, cualquiera que fueran;

hacer todo lo concerniente para el mayor honor y gloria y majestad de la Medicina;

no enseñar a los idiotas ni a los ingratos los secretos de la ciencia;

no hacer nada temerariamente sin acuerdo de los médicos, ni por la esperanza exclusiva del lucro;

no dar ningún medicamento ni purga a los enfermos que antes no hayan consultado un médico;

no tocar en manera alguna las partes pudendas o reservadas de la mujer, a menos que sea absolutamente necesario, es decir, cuando se trate de aplicar encima algún medicamento;

no descubrir ningún secreto que se me haya confiado;

no dar a beber ninguna poción abortiva;

ejecutar fielmente las órdenes (recetas) del médico, sin añadir ni quitar nada, mientras estén ajustadas a las reglas del arte;

no emplear ningún sucedáneo o sustituto sin el consejo de otra persona más sabia que yo;

desautorizar (huyendo de ella como de la peste) la práctica escandalosa y altamente nociva que siguen los charlatanes, empíricos y curanderos, con oprobio de los magistrados que lo toleran;

prestar ayuda y socorro a cuantos lo necesiten;

y, finalmente, no tener en mi botica ninguna droga vieja o averiada.

El Señor me bendiga mientras yo hiciere todas estas cosas.”<sup>24</sup>



## NOTAS

<sup>1</sup> Agradecemos al profesor Antonio González Bueno sus oportunas reflexiones sobre el texto.

<sup>2</sup> Michel Pastoureau, *Una historia simbólica de la Edad Media occidental*. Conocimiento, 2006, pp. 23 y 24.

<sup>3</sup> Para David Garrioch, la utilización de signos comerciales ha contribuido culturalmente a la formación de valores estéticos y pedagógicos. David Garrioch, “House names, shop signs and social organization in Western European cities, 1500-1900”, en *Urban History*, April 1994, Vol. 21, No. 1 (Ariil 1994), pp. 20-48, P.30.

<sup>4</sup> Alun Whitney, “Persons That Live Remote from London”: Apothecaries and the Medical Marketplace in Seventeenth and Eighteenth-Century Wales”, en *Bulletin of the History of Medicine*, Summer 2011, Vol. 85, No.2 (Summer 2011), pp. 222, 247, p. 227.

<sup>5</sup> Antonio González Bueno, “En torno a las boticas y boticarios renacentistas: literatura profesional, farmacopeas y materia médica en la Europa del Humanismo”, en *Cuadernos del Marqués de San Adrián: revista de humanidades*, nº 10, 2018 (Ejemplar dedicado a la Medicina en el Renacimiento). Para el período bajomedieval en la zona de Navarra, vid. Fernando Serrano Larráyo, “Por apotecarias, *medezinas et espeçerías tomadas*. Aproximación al oficio de boticario en el reino de Navarra (siglos XIV.XV)”, en *Anuario de Estudios Medievales*, julio-diciembre de 2012, pp. 837-865, pp. 845 y ss.

<sup>6</sup> Patrick Wallis, “Consumption, retailing, and medicine in early-modern London”, en *Economic History Review*, 61, 1 (2008), pp. 26-53, pp. 29 y 36.

<sup>7</sup> Paul Delaunay, “Les apothicaires du Haut-Maine Angevin sous l’Ancien Régime”, Chapitre IV, “La vie professionnelle”, en *Revue d’Histoire de la Pharmacie*, nº 38, Décembre 1938, pp.397-414, pp. 402-403.

<sup>8</sup> David Gentilcore, “Apothecaries, “Charlatans”, and the Medical Marketplace in Italy, 1400-1750”, introducción al monográfico *The World of the Italian Apothecary*, en *Pharmacy in History*, Vol. 45, no. 3, 2003, pp. 89-136, p.92. En relación con la oferta de pigmentos y colores, vid. Julia A. DeLancey, “‘In the Streets Where They Sell Colors’. Placing vendecolori in the urban fabric of early modern Venice”, en *Wallraf-Richartz-Jahrbuch*, 2011, Vol. 72, pp. 192-232.

<sup>9</sup> De entre todos ellos, los comercios londinenses destacaron por la exhibición y diseño de sus decoraciones, sin olvidar los establecimientos holandeses, franceses e italianos. Patrick Wallis, “Consumption, retailing and medicine in early-modern London”, en *Economic History Review*, 61, 1 (2008), pp. 26-53, p.27, 33 y 40.

<sup>10</sup> Roland Wannemacher, “Die Namen der österreichischen Apotheken” [“Los nombres de las farmacias austriacas”], en *Pharmaziegeschichte*, Zeitung 43. Jg. Folge 9 4. März 1989, pp. 176-182, p. 182.

<sup>11</sup> Filippo de Vivo, “Pharmacies as centres of communication in early modern Venice”, en *Renaissance Studies*, Vol. 21, No. 4, pp. 505-521, p. 505.

<sup>12</sup> David Gentilcore, “For the Protection of Those Who Have Both Shop and Home in this Ciy”. Relations Between Italian Charlatans and Apothecaries”, número especial *The World of the Italian Apothecary*, en *Pharmacy in History*, Volume 45, No. 3, 2003, pp. 108-122, p. 116.

<sup>13</sup> Wannemacher, “Die Namen der österreichischen Apotheken”..., p. 181.

<sup>14</sup> Por ejemplo, la farmacia *Zur Triumphpforte*, en Innsbruck, fundada en 1872, o la salzburguense *Elisabethapotheke*, construida en 1913 en Elisabethstrasse. Wannemacher, “Die Namen...”, pp. 178 y 179.

<sup>15</sup> “Apotheker-Etiketten des 18. Und 19. Jahrhunderts” [“Etiquetas de farmacéuticos de los siglos XVIII y XIX], en *Zur Geschichte der Deutschen Apotheke*, No. 5/6, Januar/Februar 1934, pp. 17-24, p. 20.

<sup>16</sup> Wannemacher, “Die Namen...”, p. 178.

<sup>17</sup> Wannemacher, “Die Namen...”, p. 179. Sobre la *Obere Aphoteke*, [disponible on line] [consultado en 5/01/2021] <https://obere-apo.de/index.php/apotheke/ueberuns/apotheke-historie>

<sup>18</sup> Stig Ekström, “Varför hade så många apotek djurnamn?” [“¿Por qué las farmacias tenían tantos nombres de animales?”], en *Pharmacihistoriska Sällskapetets Arsskrift 1978*, [disponible online] [consultado en 4/01/2021] <http://pharmhist.ownit.nu/Artiklar/djurnamn.html>

<sup>19</sup> Julia DeLancey, “In the Streets Where They Sell Colors”. Placing vendecolori in the urban fabric of early modern Venice”, en *Wallraf-Richartz-Jahrbuch*, 2011, Vol. 72 (2011), pp. 193-232, p. 220. Otros ejemplos son los de la Farmacia veneciana conocida como la *Insegna delle 2 torre usade*, que utilizaba sellos en los que se representaba las dos torres, o la *Farmacia de la campana dorada*, del famoso Francesco Calzolari, elaborador de una conocida triaca. Evelyn Welch, “Space and spectacle in the Renaissance pharmacy”, en *Medicina & Storia* (2011), pp. 127-58, pp. 139 y 147.

<sup>20</sup> David Garrioch, “House names, shop signs and social organization in Western European cities, 1500-1900”..., p. 20.

<sup>21</sup> Stig Ekström, “Varför hade så många apotek djurnamn?” [“¿Por qué las farmacias tenían tantos nombres de animales?”]...

<sup>22</sup> Según la leyenda medieval, el rey don García Sánchez, el de Nájera, hijo de Sancho Garcés III, *el Mayor*, rey de Pamplona, salió a cazar por las riberas del río Najerilla y, persiguiendo a su halcón, se adentró en una cárcava entre montañas, hasta entrar en una cueva. Allí halló a dos aves, posando juntas a los pies de una imagen de la Virgen. A su lado, brillaba una lamparilla encendida y un jarrón de tierra, lleno de azucenas blancas. Este milagro propició en 1044 la fundación del Monasterio, y el nacimiento de la *Orden de la Terraza o del Lirio*. José Vicente González, *Boticas monásticas, cartujanas y conventuales en España*. Santa Comba (A Coruña): TresCTres, 2002, pp. 126 y 128.

<sup>23</sup> Al respecto, vid. Charles d’Hozier, *Les Blasons des communautés d’apothicaires au XVIIe siècle d’après l’armorial manuscrit d’Hozier*. Paris, Les Pharmaciens bibliophiles, 1938, y *Fichier héraldique. Catalogue des armoiries figurant dans l’armorial de Poncet, le nobiliaire de Simon Descoutures, le fonds Lecre et le nobiliarier de Nadaud*. Archives Départementales de la Haute-Vienne. Limoges, s.d. Nouvelle dactylographie par Claudine Gourinal, 2014.

<sup>24</sup> Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano de Literatura, Ciencias y Artes. Entre 1887 Y 1910. Vol. 8, pp. 85 y ss. Biblioteca Digital Hispánica. [disponible en línea] [consultado en 20 de marzo de 2021] <http://bdh.bne.es/bnearch/detalle/bdh0000165839>

El ACOFM pone a disposición del ciudadano el presente contenido, sin ánimo de lucro, con la finalidad de apoyar y fomentar la divulgación cultural. Agradecemos expresamente a los autores, propietarios, páginas webs, instituciones, compañías y fundaciones que se hallan en posesión de las imágenes que ilustran el texto, por su generosidad y apoyo en la labor de difusión de la Historia de la Farmacia. El ACOFM agradece las autorizaciones recibidas para reproducir imágenes protegidas en la presente publicación. Se han realizado todos los esfuerzos para contactar con los propietarios de los copyright. Si, a pesar de ello, no se ha conseguido la autorización o el crédito oportuno, el ACOFM ruega que se le comunique tal circunstancia. Cualquier error u omisión accidental se corregirá en publicaciones posteriores.



# *Emblemata Farmacéutica*

NOMBRES Y SIGNOS FARMACÉUTICOS  
EN LAS ANTIGUAS BOTICAS EUROPEAS