



## LA CULTURA DEL ACEITE DE OLIVA EN LA CUENCA MEDITERRÁNEA: EL CASO DE LA BÉTICA

**José Remesal Rodríguez**

Catedrático de Historia Antigua

Universidad de Barcelona

**FORO DE LA CULTURA DEL ACEITE DE OLIVA**

De los productos que componen la triada mediterránea, trigo, vid y olivo, es el olivo el que podríamos definir, hasta nuestros días, como típicamente mediterráneo. Mientras que los otros productos fueron adaptados rápidamente a otras regiones muy alejadas del Mediterráneo, el olivo, aún en nuestros días, puede definirse como casi exclusivamente mediterráneo.

Mientras que el grano, para ser consumido, se transforma en harina y ésta en pan. Mientras que el jugo de la uva, gracias a reacciones químicas se convierte en otro producto, el vino. El aceite no es más que el jugo exprimido de la aceituna.

El olivo, como árbol cultivado, humanizado, es conocido en el oriente mediterráneo desde unos tres mil años antes de Cristo. La región sirio-palestina nos guarda a través de los archivos de Ebla, datadas hacia el 2.500 a.C., una información preciosa sobre la existencia de olivares de gran extensión.

Algo más tarde, los archivos de Ugarit y los de Creta nos mantienen la imagen de una gran abundancia de aceite en el Mediterráneo oriental, que los griegos extendieron hacia la península itálica y, antes, los fenicios por el sur de España y el norte de África.

En el mundo hebreo una rama de olivo significó la paz con Dios. Unos trazos magistrales de Picasso han convertido el viejo mito hebreo en símbolo mundial de la paz. En el mundo griego, la diosa Atenea mereció convertirse en la patrona de su ciudad epónima, Atenas, precisamente por haber dado a los hombres el olivo. Digamos, por no repetir cosas sabidas, que en el mundo mítico del Mediterráneo el olivo ha jugado siempre un papel primordial.

Como también sabemos, para la puesta en explotación del olivo se necesitan largos años lo que es sinónimo de sociedades que tienen confianza en el futuro y las garantías de la paz. Su longevidad le permite ser el puente entre generaciones, garantía de la pervivencia de una cultura. Pero, además, el aceite de oliva es uno de los productos más polivalente de los creados por el ser humano: de alimento a medicina, de iluminación a perfume, de lubricante de máquinas a ofrenda a los dioses.

Sería imposible, en el tiempo de esta conferencia, sintetizar todo lo que el olivo significa para los pueblos del Mediterráneo en las más variadas facetas de sus vidas y de sus tiempos. Señalaré, en primer lugar, un elemento determinante: el cultivo dedicado al autoconsumo y el cultivo dedicado a la exportación. El primero necesita sólo de pocas plantas, así en los testamentos catalanes de la alta edad media suelen aparecer en las herencias, junto a la casa, uno o dos olivos, este tipo de cultivo, si bien representativo para la vida de muchas poblaciones no lo convierte en un elemento decisivo de su evolución cultural. Bien distinta es la situación cuando el olivo se convierte en un cultivo extensivo y más cuando llega a convertirse en un verdadero monocultivo.



Consejo Oleícola  
Internacional



Instituto de Investigación  
y Formación Agraria y Pesquer.  
Consejería de Innovación  
Ciencia y Empresa



Consejería de  
Agricultura y Pesca

IFEJA  
FERIAS JAÉN S.A.





La primera región del Mediterráneo en la que llega a convertirse el olivar en un monocultivo es la misma región en la que hoy día pervive dicha característica: la Bética romana, hoy Andalucía. Podemos decir que, desde el cambio de era hasta nuestros días, Andalucía ha sido y es la mayor región productora del Mediterráneo que, en este caso, es decir del mundo, y la región que llevó, por primera vez, olivos más allá del ámbito mediterráneo: a América.

Ya al inicio de nuestra era la Bética era una gran productora de aceite que monopolizó el comercio del aceite hasta mediados del s. III d.C. Las investigaciones realizadas por nuestro grupo lo han puesto de manifiesto de forma fehaciente. Hemos podido comprobar que, en época romana, la gran región productora era el triángulo comprendido por Sevilla, Córdoba y Écija, la explicación de este hecho se debe a que el Guadalquivir era navegable hasta Córdoba y el Genil hasta Écija. Los ríos eran, en la antigüedad, el equivalente a nuestras autopistas. Pero tenemos testimonios de su extensión por otras zonas de la Bética, como demuestra el reciente hallazgo en Jaén de unas grandes instalaciones de prensado, o los más recientes hallazgos de la región de Antequera. El aceite se exportaba en grandes ánforas, que tenían una capacidad de unos 70 litros, prueba del consumo masivo que se hacía del producto. El estado romano encaminó gran parte de la producción hacia Roma, donde las ánforas béticas una vez vacías eran arrojadas a un vertedero, conocido hoy como el monte Testaccio, una colina artificial compuesta exclusivamente por los restos de estas ánforas. Este vertedero conserva hoy día un perímetro de casi un kilómetro y una altura de casi 50 metros, los estudios realizados recientemente demuestran que aún se conservan allí los restos de unos 25 millones de ánforas. Para hacer comprensible esta inmensidad baste decir que lo que queda en el Testaccio, y con el tiempo ha desaparecido de allí mucho material, representa el equivalente a la mitad de la dieta anual de un millón de personas durante 250 años.

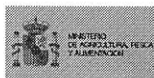
Por fortuna, en el Testaccio se han conservado las inscripciones que, a modo de etiquetas, llevaban escritas estas ánforas: en ellas se hace constar la tara del vaso, el peso del contenido neto, el nombre del comerciante y un complejo control fiscal y aduanero, que nos informa del lugar desde donde se expidió el ánfora, quienes intervinieron en la operación y la fecha de la expedición. Estos datos nos permiten, por primera y única vez en la historia del mundo romano, disponer de abundantes datos seriales y fechados, condición necesaria para poder escribir una historia económica precisa. Además, sobre las ánforas antes de la cocción del barro se imprimió un sello, que nos habla tanto de los dueños del aceite envasado en ellas, como de las factorías en las que se produjeron o de los personajes que intervinieron en su producción. Digamos que el Testaccio es a la historia del aceite bético como el archivo de Indias de Sevilla a la historia de América: archivos únicos que nos hablan de la historia de lugares situados a miles de kilómetros.

Pero el estado romano no sólo se ocupó de asegurar la alimentación de la ciudad de Roma, necesitaba alimentar también a los soldados que tenía acantonados en Britania y en la frontera del Rin y el Danubio. Hispania, y en particular la Bética, se convirtieron en la base de aprovisionamiento de estos ejércitos. El estado mayor romano incluyó, como era natural para cualquier habitante del Mediterráneo, el aceite en la dieta del soldado, esto hizo que nuestro aceite viajara hasta dichas regiones. Lo que al principio llegó para los soldados pronto se difundió entre la población indígena. El Germano, el Britano, el Galo que quería integrarse en la cultura de Roma tenía que adoptar el uso del aceite en la mesa, en la higiene y en la iluminación, como muestra de su integración en el grupo social dominante. Se produce en este momento la primera aculturación de centro Europa desde el Mediterráneo y el aceite de oliva es el producto que muestra el grado de aculturación.

En definitiva, la política del imperio romano hizo que el consumo de aceite bético se difundiese en toda Europa. El estudio de los envases en los que se distribuyó el aceite, las ánforas, son el testimonio que la arqueología pone ante nuestros ojos. Hoy día estas ánforas se han convertido en un elemento definitorio para conocer la evolución de los contactos entre el Mediterráneo y centro Europa. Por ejemplo, los recientes estudios que hemos realizado en la



Consejo Oleícola  
Internacional



Instituto de Investigación  
y Formación Agraria y Pesquera  
Consejería de Innovación  
Ciencia y Empresa



Consejería de  
Agricultura y Pesca

IFEJA  
FERIAS JAÉN S.A.





Colonia Ulpia Traiana (Xanten, Alemania) demuestran que desde la época del emperador Augusto los productos hispanos, entre ellos el aceite, llegaron frecuentemente hasta allí. A partir del emperador Vespasiano (69-79 d.C.) los productos hispanos, sobre todo el aceite, acaparan casi todo el mercado centro europeo, junto al aceite las conservas de pescado, otro producto también salido de la Bética.

El hecho de que el emperador Vespasiano convirtiera a Hispania y en particular a la Bética, en la fuente de aprovisionamiento de todo centro Europa significó mucho para la cultura de nuestra región. En primer lugar, Vespasiano, para atraerse a la población hispana, le concedió a toda Hispania el derecho de ciudadanía latina. Este derecho se extendió de una forma casi general por toda la Bética, todas las poblaciones, que aún no gozaban del privilegio de la romanidad, se convirtieron rápidamente en municipios latinos, puede decirse que la mayoría de las actuales ciudades de Andalucía se asientan sobre uno de estos viejos municipios. En segundo lugar, esta integración permitió a los ciudadanos de la Bética asimilarse rápidamente a la elite romana. ¿He de recordar aquí que el primer emperador romano salido de una provincia fue Trajano? ¿He de recordar que Trajano nació en Itálica (Santiponce, Sevilla)? ¿He de recordar que Trajano fue considerado, por sus coetáneos y por las generaciones sucesivas, como el mejor emperador romano? ¿He de recordar que Adriano, su sucesor, era hijo de un gaditano? ¿Que el resto de los emperadores de la llamada dinastía antonina, que abarca todo el siglo segundo de nuestra era, la edad de oro del imperio, tenían ascendencia bética? No son estos hechos casuales, son muestra de la incorporación de la Bética al sistema romano y del papel relevante que, gracias fundamentalmente al comercio del aceite, tuvo nuestra región casi durante trescientos años.

Pero no quiero convertir mi comunicación en unas complacientes *laudes Hispanie*, alabanzas de Hispania, bien conocidas desde antiguo. Quiero mostrar la vinculación entre el primer momento en que la moderna Andalucía, gracias al cultivo extensivo del olivar, adquirió un papel relevante en la cultura romana, que es tanto como decir en la cultura del Mediterráneo, y nuestra cultura actual, basada también en un sistema de cultivo extensivo para la exportación del aceite.

La elevación al rango de municipio latino de tantas ciudades béticas significaba que había una gran cantidad de hombres libres, en teoría cien en cada ciudad, con el suficiente capital como para formar parte del senado municipal, a este número hay que añadir un número indeterminado de personajes libres sin propiedades o con pequeñas propiedades. (Sabemos que algunas ciudades, muy pequeñas, alcanzaron el rango de municipio sin que entre sus habitantes llegase a cien el número de individuos necesarios para constituir el senado municipal). Sabemos que entre éstos hubo muchos individuos que accedieron a los más altos puestos en la administración del estado. El hecho de que en cada municipio, para que funcionase como tal, fuese necesario un cierto número de propietarios pone de manifiesto que la propiedad de la tierra debió de estar, en gran medida, repartida, aunque esto no impide la existencia de grandes propiedades o latifundios. Es preciso distinguir en el mundo romano entre una gran propiedad y un latifundio. El latifundio es una gran extensión sometida a una forma de explotación determinada. Una gran propiedad puede componerse de parcelas en muy distintos lugares con sistemas y modos de producción distintos.

El estudio de la epigrafía anfórica de época romana muestra que debieron existir desde los grandes latifundios hasta las pequeñas propiedades. Desde grandes personajes capaces de intervenir en todos los segmentos de la producción: propiedad de la tierra, de molinos, de fábricas de envases y comercialización del aceite, a pequeños propietarios que, o vendían su aceituna o, contra un canon, dejaban prensar sus aceitunas y vendían después su aceite a intermediarios, hasta pequeños colonos que duramente existían explotando propiedades de otros, pasando por comerciantes procedentes de otras regiones del imperio que compraban el aceite aquí producido y lo vendían en otros mercados más allá de nuestras fronteras.





Hemos podido comprobar que el mundo de la comercialización, normalmente, era realizado por personajes ajenos al mundo de la producción y que estos personajes procedían de regiones muy diversas. Aunque en el mundo romano era posible un tipo de pacto comercial, por el que el productor entregaba al comerciante su aceite fijándose un precio. El comerciante, tras la venta del producto, entregaba al productor el importe fijado, más un beneficio del 12%, que era, en la época, el máximo interés permitido.

También hemos podido comprobar que el mundo de la producción de envases, las ánforas, estaba en manos de personajes distintos a los productores de aceite. Aunque, como ya he señalado, a veces, un mismo personaje intervenía en todos los sectores. Así, el actual pueblo de Brenes (Sevilla) debe su nombre a un personaje llamado Quinto Virginio, quien, a mediados del siglo II d.C., era el gran propietario de esa zona, quien controlaba la fabricación de envases y quien, probablemente, envasaba en sus ánforas, también, el aceite producido por otros. De otra familia, la de los Fulvios, afincada en el municipio romano de *Arva* (situado entre los modernos pueblos de Alcolea y Lora del Río, Sevilla) sabemos que, a lo largo de varias generaciones, intervenía tanto en la producción de aceite, en la de envases y en la comercialización del producto y además tenían una notable influencia en la vida social de la ciudad.

Sobre el mundo del transporte del aceite sabemos que se dividía en dos grandes grupos: El de los barqueros que transportaban el aceite río abajo hasta el puerto de *Hispalis* (Sevilla) y el de quienes lo distribuían por el mundo. Tanto unos como otros estaban organizados en corporaciones, de los barqueros sabemos, además, que estas corporaciones estaban organizadas por municipios. Los grandes transportistas podían actuar al servicio del Estado, transportando la parte de aceite que, como impuesto, era entregado por los productores. En este caso, recibían del Estado el pago por sus servicios. De la recogida de los impuestos y de la organización de su expedición allí donde los necesitase el Estado, se encargaban otros personajes, llamados *difusores olearios*.

Además de las corporaciones generales de comerciantes y transportistas existían grandes grupos familiares. De uno de ellos, el de los Cecilios de *Astigi* (Écija), tenemos testimonios de su actividad desde finales del siglo I d.C. hasta finales del siglo II d.C. Se organizaron como una verdadera red, algunos de ellos vivían en Écija, otros en Roma, probablemente uno en Sicilia. No sólo actuaron como comerciantes privados, sino que algunos de ellos actuaron como *difusores*, es decir, actuaron como recaudadores del impuesto pagado en aceite, incluso alguno de ellos alcanzó cargos en Roma. En el mundo romano los negocios públicos y privados andaban bastante parejos, pues el Estado, falto de una amplia estructura administrativa, necesitaba valerse del concurso de los privados para hacer efectivo su control sobre la situación económica.

La agricultura extensiva, en forma de monocultivo, crea una notable diferencia entre la necesidad de mano de obra en el momento de la cosecha y el resto de los cuidados durante el año. La recolección de la aceituna es más larga y laboriosa que la del grano o la uva. En ella debieron de intervenir no sólo los esclavos sino individuos libres pero sin recursos e incluso pequeños propietarios, que trabajaban contra un salario. Como en nuestros días, la recogida de la aceituna debió obligar a la migración temporal de un abundante personal, pero carecemos de datos concretos sobre esto. Conocemos una inscripción hallada en Mactar, una ciudad del actual Túnez, en la que un segador cuenta su historia: primero segaba su pequeña propiedad, después segaba para otros, más tarde consiguió organizar una cuadrilla de segadores, con la que recorría gran parte de la región, gracias a su esfuerzo consiguió enriquecerse lo suficiente como para ser aceptado entre el senado municipal, hoy, termina diciendo, vivo reconocido en mi ciudad y feliz entre mi familia.

Cuantos de nuestros recolectores de aceituna pudiesen contar una historia semejante es algo que nunca sabremos, seguramente pocos. En el mundo romano, la redistribución de la riqueza





seguía caminos muy diversos al nuestro: los miembros de la elite municipal aspiraban, anualmente, a formar parte del grupo de cuatro personajes que dirigía la vida de cada ciudad, dos de ellos, llamados duovires, se dedicaban a atender cuestiones políticas y jurídicas, dos de ellos, llamados ediles, atendían las cuestiones económicas. Para acceder a estos cargos tenían que pagar una suma, llamada suma honoraria, de diferente cuantía según la categoría de las ciudades, además, para obtener los votos y el reconocimiento público, solían ofrecer cantidades mayores o ejecutaban acciones en beneficio público, como construir o reparar caminos o edificios públicos, ofrecer banquetes o cantidades de dinero a la comunidad entera o a un grupo de individuos, hacer frente al pago de impuestos atrasados o financiar la compra de alimentos en momentos de carestías.

En última instancia permítaseme decir, que el estudio de la producción y comercialización del aceite bético durante la época romana ha puesto de manifiesto algunas cosas:

- Que fue la Bética la primera región mediterránea que produjo aceite de forma intensiva, dedicado a la exportación.
- Que estas exportaciones lo fueron a gran escala a los territorios de la parte occidental del imperio romano. Territorios que hoy ocupan Inglaterra, Francia, los Países Bajos, Alemania y Suiza. Que a estas regiones sólo llegó aceite bético, sin concurrencia de otros aceites mediterráneos.
- Que la misma capital, Roma, se abasteció casi exclusivamente de aceite bético durante tres siglos.
- Que, en menor medida, también se exportó a la parte oriental del Mediterráneo y que, en algunas ocasiones, llegó hasta la India.
- Que el hecho de que el estado romano considerara el aceite como un alimento básico y que interviniera en su distribución, tanto a la plebe de Roma como al ejército, facilitó la integración de la provincia romana de la Bética en el concierto interprovincial del imperio romano.
- Que, como consecuencia de este hecho, la provincia obtuvo beneficios tanto sociales como políticos, que permitieron a sus elites controlar gran parte del poder en Roma, durante un largo periodo de tiempo.

Podemos añadir además que la Bética nunca perdió la característica de ser la mayor región productora de aceite. Durante la época andalusí la región próxima a Sevilla, el Aljarafe, exportó aceite a todo el Mediterráneo. El descubrimiento de América expandió tanto su consumo como su producción, por primera vez, más allá del área mediterránea. No es preciso decir aquí que, aún hoy, Andalucía sigue siendo el centro de la producción de aceite a escala mundial. La pervivencia a lo largo de siglos de las condiciones impuestas por un sistema productivo son, al mismo tiempo, la muestra de la pervivencia de una cultura milenaria.

Permítaseme contraponer el mundo romano con el nuestro. Roma, al cambio de era había conseguido unificar bajo su control un amplísimo espacio que incluía todo el Mediterráneo, el *mare nostrum*, y los territorios europeos al sur de los ríos Rin y Danubio, más Britania. La actual Unión Europea ocupa parte de este espacio, al que se contraponen la orilla sur del Mediterráneo, a cuya base está también la cultura romana. El imperio romano consiguió crear una unidad económica y jurídica, aspectos en los que progresa la Unión Europea. Consiguió crear, entre individuos de muy diversas regiones y nacionalidades, la conciencia de una ciudadanía única: la ciudadanía romana, aspecto éste soñado dentro de la Unión Europea y consiguió algo hoy día inalcanzable en la Unión Europea: una lengua común, el latín.

La apertura de mercados que supone la Unión Europea. Los procesos de creación de una conciencia europea en la que es preciso definir los aportes de cada cultura. La integración de ámbitos culturales más generales, como la cultura mediterránea, nos obligan a delimitar y presentar las características de nuestra cultura en la que el cultivo del olivar se ha convertido en hilo conductor por generaciones.





Pero la cultura es un elemento dinámico, que se transforma continuamente y que exige, por tanto, una reflexión continua sobre ella, una reflexión que nos conduzca a un conocimiento activo de cual es el sustrato que rige nuestras vidas y nuestra comprensión de la misma. Baste como ejemplo el actual auge de la "Cultura del olivo", que ha pasado de ser reflejo de una cultura campesina y atrasada a ser un elemento determinante en el reconocimiento de la cultura mediterránea.

Pero ¿qué es la cultura del olivo? Desde un punto de vista histórico antropológico es el reconocimiento de todo aquello en lo que el cultivo del olivo ha marcado el devenir de dicho cultivo y cómo éste ha condicionado el devenir social, político y económico de las culturas, en las que dicho cultivo ha sido un factor determinante. En este sentido hay que entender como "cultura del olivo" desde la más simple manifestación popular, hasta las grandes políticas estatales de exportación de aceites y aceitunas. Este conocimiento exige el estudio continuo de cada uno de los múltiples aspectos que engloba.

Esta es la cuestión: conocer la llamada "cultura del olivo" exige profundizar continuamente en su conocimiento y saber que este conocimiento influirá, de una manera determinante, en la comprensión de nuestra vida social y económica y que dicho conocimiento mejorará nuestras condiciones de vida.

Este es el problema: en la sociedad española, y en la andaluza en particular, desde el agricultor hasta el gerente ministerial, parecen desconocer el criterio dinámico del concepto cultura. Ciertamente se producen actos en los que, de una forma u otra, se muestran aspectos de la cultura del olivo, pero más como autocomplacencia en elementos de nuestra vida y tradición. Pero una actitud activa, en la que el estudio y la reflexión sobre el significado de la cultura del olivo sea un elemento definidor de dicha cultura, está muy lejos de las perspectivas del sector.

Por ejemplo, un buen estudio histórico-antropológico podría ayudarnos a comprender porqué en un mismo municipio existen más de una cooperativa y, seguramente, aportará claves para superar esta situación. Espero que todo el mundo comprenda la importancia económica de este hecho: el beneficio económico que aportaría a los productores el vender juntos una producción cuyos costes, además, se abaratarían si trabajasen unidos. Claro que cada uno de nosotros puede señalar algunas causas de este hecho, pero sólo un estudio profundo, realizado por expertos en historia, antropología o sociología, podrá aportar el conocimiento necesario que nos ayude a superar esta situación.

Ni el sector productivo ni el de la comercialización ni las instituciones públicas han entendido aún que la cultura vende. Aquí estamos muy lejos de esto. Ni organizaciones públicas ni privadas han entendido el valor dinámico de la cultura, ni lo que ello puede representar para el progreso social y económico del mundo del olivar y, en conjunto, de nuestra sociedad.

Aunque la economía es un factor determinante en nuestras vidas es preciso saber que, frecuentemente, ésta depende de factores no económicos, recuérdense, por ejemplo, los tabúes alimentarios, como la prohibición en el mundo semita de comer carne de cerdo, lo que impide el desarrollo de una serie de industrias y el aporte de una serie de productos alimentarios a su dieta. Pero no es preciso llegar al caso de existencia de tabúes. Las dietas alimentarias son un elemento tradicional, en muchos aspectos difíciles de modificar. En la populosa Barcelona podemos saber si en una calle viven gallegos o andaluces por el olor de sus cocinas o por la tipología de sus bares.

En mi opinión, la cultura del olivo debe pretender dos cosas: la primera, ayudarnos a tomar conciencia de nuestra propia cultura, de nuestra propia historia y a valorizar su contribución a la vida en el Mediterráneo y de otras culturas. La segunda, desde una perspectiva económica, convertirla en instrumento para difundir el consumo de los productos del olivo entre sociedades





que, hasta ahora no lo usan como condimento esencial en sus cocinas, pero, para ello, tendremos que prestar atención a los elementos culturales más allá de los elementos económicos. Así, la "cultura del olivo" se convierte en un elemento más determinante que la relación calidad/precio.

Pondré un ejemplo, conozco dos familias alemanas del mismo nivel económico, en una se consume aceite de oliva, en la otra no. En este caso, no es el coste del producto lo que determina el consumo, sino otros factores no económicos. En este caso, por cuanto conozco, depende de la diversa percepción que las mujeres de estas familias tienen de la cultura española.

Como he señalado, las culturas y las sociedades que las forman son dinámicas, el grado de aceptación de lo nuevo, traído desde otra cultura, depende, directamente, de la percepción que se tenga de la cultura de la que es originario el producto. Por ello, si queremos introducir un producto en un mundo donde el comprador ya no compra por "necesidad" lo que hay en el mercado, sino que el mercado le ofrece una gran variedad donde elegir. Un mundo en el que el comprador se entretiene en leer y comparar etiquetas y valorar la calidad del producto, es necesario difundir todo lo que conlleva el consumo de un producto. Junto al producto debe aparecer un valor añadido, en nuestro caso, el conocimiento de la cultura que acompaña al producto. No basta con decir que el aceite bético se consumía en toda Europa ya en época de los romanos, ni que el aceite es bueno para la salud. Es preciso que estas ideas se refuercen continuamente con los nuevos datos que la investigación descubre cada día, con una continua ampliación del conocimiento de la cultura que va unida al producto.

El aumento del conocimiento sobre la cultura del olivo y su prestigio son factores que revierten directamente en la difusión de los productos del olivo, en última instancia, en mejorar las condiciones económicas de los sectores implicados en ella. Pero, sobre todo, el conocimiento de nuestra cultura, la continua reflexión sobre nuestro devenir histórico, el estudio de nuestras raíces, será el mejor modo de descubrir quienes somos y qué papel jugamos en el desarrollo de la cultura del Mediterráneo y cual ha sido nuestra contribución a ella.

