# SIGLO I A. C.

## Cayo Mecenas respalda a los artistas romanos

**Las palabras "mecenas" y "mecenazgo" provienen de la figura de Cayo Mecenas, un personaje de la nobleza romana en tiempos del emperador Augusto (finales del siglo I a. C.). Mecenas, consejero del propio emperador, dedicó parte de su fortuna a promover la carrera de artistas y poetas, entre los que se encontraban autores como Virgilio u Horacio. Su labor le ha valido dar nombre a todos aquellos que promueven el apoyo y el patrocinio desinteresado de las artes.**

Resulta curioso que sea un simple noble el que haya pasado a la historia como prototipo de esta labor de patrocinio, ya que durante la mayor parte de la historia, y sobre todo en el Mundo Antiguo, fueron el poder político: reyes y emperadores, y el religioso: la Iglesia, los que más se han distinguido en este campo.

El papa **Julio II,** en la imagen superior, fue uno de los mecenas del artista **Miguel Ángel.**

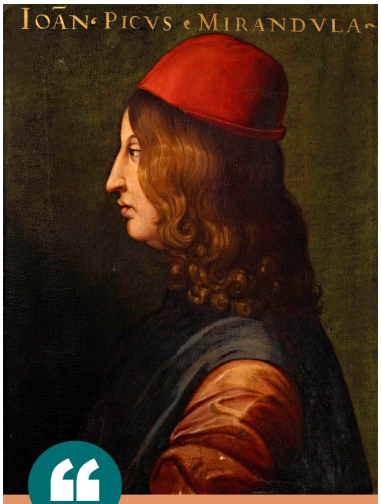
**El mecenazgo no se ha de confundir con el patrocinio publicitario.** Este último busca un beneficio económico al apoyo de un artista, mientras el mecenas no lo exige, aunque, evidentemente, busca un tipo de remuneración distinto, basado en el placer estético, la satisfacción de su propia vanidad, la promoción pública de su figura e, incluso, la salvación de su alma mediante el apoyo al arte sacro. Sobre este último aspecto, resulta muy curioso observar en muchas obras de los períodos gótico o renacentista, el retrato del donante compartiendo protagonismo con santos y personajes divinos.

Retrato de **Lorenzo de Medici** de Hugh Ross Williams.

El **mecenas** puede limitarse a costear los gastos de sus protegidos o, más frecuentemente, puede intervenir en su carrera mediante encargos concretos. Un mecenas poderoso puede influir decisivamente, a través de su gusto reflejado en las obras de sus artistas, en la orientación de períodos enteros de la historia del arte.

El **mecenazgo moderno** surge en el **Renacimiento** y se extiende en los siglos siguientes. Monarcas, familias poderosas y miembros de la Iglesia pugnan por tener en su círculo a los mejores artistas. Estos realizan desde edificios monumentales y obras literarias hasta pinturas, joyas o tapices: todo destinado a glorificar el nombre del mecenas. Así, **Miguel Ángel** trabajará para los papas, o **Cervantes** buscará el apoyo de los poderosos Grandes de España a la hora de editar sus creaciones.

El **mundo contemporáneo** ha visto un cambio en el mecenazgo. Primero fue el Estado quien, a través de instituciones como las Academias, procuraba la promoción de los artistas que seguían los cauces del "arte oficial". Luego fueron los **coleccionistas** y **marchantes** quienes acogieron a los creadores, y hoy día no es raro que sean grandes corporaciones las que patrocinen el arte en una curiosa, y no siempre inocente, mezcla de patrocinio desinteresado y búsqueda de impacto publicitario.




El filósofo **Pico della Mirandola** (1463-1494), escribió "Discurso sobre la dignidad del hombre", obra considerada como el "manifiesto del Renacimiento", ya que esta obra recoge la base del humanismo renacentista.

Ahora que ya sabes un poco más sobre la financiación de las obras de los artistas del pasado, realiza la actividad que te sugerimos, y conoce otras maneras de financiar en la actualidad **proyectos artísticos, deportivos, sociales, científicos o empresariales.**

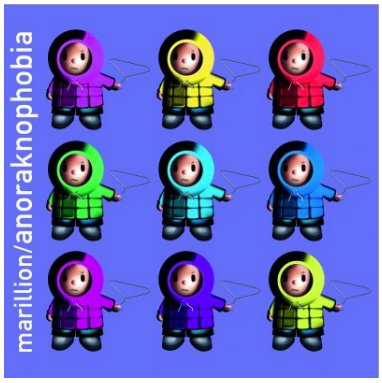
El nacimiento de Venus, pertenece al **período renacentista.** Los artistas como **Boticelli,** dejan de considerar a Dios como fin último de todo, y el ser humano comienza a ser el centro de interés de esta nueva época.

Gracias a la aparición de internet, y a la labor de personas que desean invertir su dinero en proyectos de artistas y emprendedores llenos de creatividad y talento, podrás conocer **qué otras vías de financiación han surgido en estas últimas décadas** para que las buenas ideas logren salir a la luz.

El lanzamiento del primer disco del grupo español Extremoduro en 1989, la financiación de la gira estadounidense del grupo británico de rock Marillion en 1997, o la de su álbum ***Anoraknophobia***, publicado en 2001, son ejemplos de estas nuevas vías de financiación. Gracias a sus miles de seguidores, y a la estrecha relación que mantienen con ellos por internet, estos grupos han conseguido sacar adelante algunos de sus trabajos musicales.

© Sports Fan

La marca **Marlboro** destaca sobre un automóvil de Ferrari, como **patrocinador** del equipo de Formula I en el Gran Premio de Baréin del año 2006.


marillion/anoraknophobia