



El CAAM se suma un año más a la semana internacional de los museos en las redes sociales, ‘MuseumWeek’

- **El centro de arte del Cabildo de Gran Canaria ofrece contenidos culturales alusivos a la situación de pandemia desde sus páginas en Twitter, Facebook e Instagram**

Las Palmas de Gran Canaria, 11 de mayo de 2020.- El Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM) se suma por séptimo año consecutivo a la 'Museum Week', la semana internacional de las instituciones culturales en las redes sociales que se celebra los días previos al 18 de mayo, Día Internacional de los Museos.

Desde sus páginas oficiales en Twitter, Instagram y Facebook, el centro de arte del Cabildo de Gran Canaria invita a sus distintos públicos a seguir y compartir los contenidos que ha preparado para la nueva edición de 2020, marcada por una pandemia sin precedentes que ha puesto de relieve la importancia de la comunicación y las estrategias digitales en los museos.

Con el lema 'Todxs unidxs', cada día de la semana, de lunes 11 al domingo 17 de mayo, museos de todo el mundo se acercan al arte desde una temática específica. El lunes se reconoce al personal que se enfrenta a la crisis con la etiqueta 'Héroes', el martes le toca el turno a la 'Cultura en cuarentena' y el miércoles se celebra con el tema principal 'Juntxs'.

El jueves se invita a que el público comparta sus recuerdos de visitas o exposiciones en los 'Momentos Museos' y el viernes estará dedicado al 'Clima' y el medio ambiente. Durante el fin semana, el sábado se pone el foco en la 'Tecnología' que permite a los museos extender su razón de ser en las plataformas digitales, y el domingo será la jornada dedicada a los 'Sueños'.

El CAAM participa en la 'Museum Week' desde 2014 a través de su página oficial de Twitter, donde nació este evento cultural desde museos franceses, y este año especial de pandemia amplía su difusión a través de Facebook e Instagram.

Esta iniciativa, que cuenta con el respaldo de la Unesco, ha crecido en los últimos años hasta incluir más de 60.000 entidades culturales participantes de más de 100 países. Se ha convertido en el primer evento cultural virtual a escala mundial en las redes Facebook, Instagram y Twitter, así como en Weibo, WeChat y VKontakte.