

## **DESAFIOS E CONSEQUÊNCIAS DA DESMOBILIZAÇÃO DAS DOAÇÕES NAS ENCHENTES DE 2024 NO RS: UMA ANÁLISE PÓS-COBERTURA MIDIÁTICA**

**ROSSANA PARIZOTTO RIBEIRO**

ESCOLA DE NEGÓCIOS PUCRS

**SILVÂNIA DA ROCHA MEDEIROS VILA NOVA**

ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS PUCRS

**MARCELO PEREIRA AIMI**

ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)

**DAIANA SCHWENGBER**

**ANA CLARISSA MATTE ZANARDO DOS SANTOS**

PPGAD

### **Resumo**

As enchentes que devastaram o Rio Grande do Sul em maio de 2024 geraram uma grande onda de solidariedade, impulsionada por campanhas de arrecadação de fundos e mobilização massiva através de influenciadores digitais e organizações de caridade. Inicialmente, a ampla cobertura midiática e o apelo emocional resultaram em um aumento significativo nas doações, com contribuições médias diárias chegando a R\$ 250.000,00 e influenciadores arrecadando grandes somas rapidamente. No entanto, à medida que a cobertura na mídia diminuiu, houve uma desmobilização drástica do apoio, refletida na queda acentuada das doações e na redução do engajamento nas campanhas. Esse fenômeno de desmobilização após a cobertura midiática é recorrente em crises humanitárias, onde o apoio público e financeiro tende a declinar rapidamente após o pico de atenção. A rápida diminuição das doações após o apelo inicial levantou questões sobre a eficácia das campanhas de arrecadação em manter o suporte a longo prazo e garantir que as vítimas recebam o apoio necessário até que possam se recuperar totalmente. A análise qualitativa dos dados revela que, apesar do grande volume inicial de doações, a falta de continuidade no suporte resultou em sérias lacunas nas necessidades básicas das comunidades afetadas. Muitos moradores ainda enfrentavam escassez de alimentos, água potável e materiais para reparos em suas casas, devido à ausência de cumprimento de promessas de ajuda. ONGs e influenciadores enfrentaram grandes desafios em manter o fluxo de recursos e apoio voluntário, com a falta de planejamento para a continuidade das campanhas após o pico inicial. O impacto da mídia na mobilização de recursos para desastres é significativo, mas sua influência tende a ser efêmera. A cobertura midiática cria um sentido de urgência e apelo emocional, que pode gerar uma resposta rápida e substancial. Contudo, a queda na visibilidade midiática frequentemente leva a uma rápida redução nas doações e no apoio voluntário, o que compromete a eficácia das campanhas a longo prazo. Esse fenômeno, muitas vezes denominado “fadiga da compaixão,” evidencia como a resposta às crises pode ser instável e insustentável quando depende excessivamente da visibilidade temporária e do engajamento emocional. Os resultados observados têm implicações diretas para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas. A falta de continuidade no apoio após desastres afeta negativamente o ODS 1 (Erradicação da Pobreza) e o ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), pois muitas famílias afetadas não tiveram acesso aos recursos essenciais para sua recuperação e sobrevivência. Além disso, a ausência de uma resposta sustentada compromete o ODS 3 (Saúde e Bem-Estar), ao não atender às

necessidades básicas de saúde das populações afetadas. O fenômeno observado também reforça a importância do ODS 10 (Redução das Desigualdades), já que a desmobilização das doações acentuou as desigualdades enfrentadas por comunidades vulneráveis. Por fim, a necessidade de estratégias de mobilização de recursos mais eficazes e sustentáveis está alinhada com o ODS 17 (Parcerias e Meios de Implementação), que busca fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável. Portanto, as lições aprendidas com a resposta às enchentes e a desmobilização subsequente sublinham a importância de alinhar estratégias de arrecadação e mobilização de recursos com os princípios dos ODS. Um planejamento mais robusto e integrado pode não apenas melhorar a eficácia das respostas a desastres, mas também contribuir para o avanço dos objetivos globais de desenvolvimento sustentável, promovendo uma assistência mais equitativa e sustentável para todas as comunidades.

### **Palavras Chave**

Mobilização Social, Impacto da Mídia, Sustentabilidade

# DESAFIOS E CONSEQUÊNCIAS DA DESMOBILIZAÇÃO DAS DOAÇÕES NAS ENCHENTES DE 2024 NO RS: UMA ANÁLISE PÓS-COBERTURA MIDIÁTICA

## INTRODUÇÃO

As enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em maio de 2024 trouxeram à tona uma onda inicial de solidariedade, com um grande volume de doações e campanhas de arrecadação de fundos mobilizadas por influenciadores digitais e organizações de caridade. Nos primeiros dias após o desastre, a ampla cobertura midiática e o apelo emocional nas redes sociais resultaram em uma resposta pública massiva. No entanto, à medida que a cobertura midiática diminuiu, observou-se uma significativa desmobilização das doações, deixando muitas das vítimas desamparadas e sem o suporte necessário para a recuperação.

Esse fenômeno de desmobilização pós-desastre não é um acontecimento isolado, e tem sido observado em outros contextos de crises humanitárias, onde o interesse público e o apoio financeiro tendem a diminuir rapidamente após o pico inicial de atenção. A rápida queda nas doações após a redução da exposição na mídia levanta questões importantes sobre a eficácia das campanhas de arrecadação em longo prazo e sobre como garantir que as populações afetadas recebam o apoio necessário até que possam se reestabelecer.

O objetivo deste estudo é analisar o impacto da cobertura midiática na mobilização e desmobilização das doações durante e após as enchentes de maio de 2024 no Rio Grande do Sul, e suas consequências para as populações afetadas.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Mobilização Social em Contextos de Desastres

O crescimento da população global e rápida urbanização contribui para a expansão de pessoas em situação de vulnerabilidade (Costello et al., 2009; Stolte et al., 2024). Dentre as dimensões relacionadas à vulnerabilidade, ressaltam-se as ligadas aos aspectos físicos, envolvidos com o ambiente e infraestrutura urbana, e os sociais, referentes as questões econômicas, demográficas, de saúde e, dentre outros, relacionadas a crimes e conflitos (Stolte et al., 2024).

A vulnerabilidade das populações, especialmente as consideradas pobres, é potencializada por maior exposição às mudanças climáticas e exígua capacidade de adaptação (Costello et al., 2009). A repercussão de desastres urbanos está intensamente relacionada com aspectos contextuais (Canavan & Ide, 2024).

Apesar do caráter imprevisível e surpreendente dos eventos denominados como desastres, as expectativas por novos desastres ocasionados pelas chuvas são grandes entre as pessoas, a cada ano, no Brasil (Pinheiro, 2017). Neste estudo desastre é compreendido como “sérias perturbações do funcionamento de uma comunidade ou sociedade em qualquer escala devido a eventos perigosos interagindo com condições de exposição e vulnerabilidade, levando a uma ou mais das seguintes consequências: perdas e impactos humanos, materiais, econômicos e ambientais” (Caravan e Ide, 2024).

Desastres naturais oriundos de inundações, terremotos, ondas de calor, deslizamentos de terra ou tempestades causam grandes impactos sociais. Esses desastres causaram 60.966 mortes, afetaram centenas de milhões de pessoas e criaram vultuosas perdas econômicas nesta última década (Canavan & Ide, 2024).

A superação de situações adversas provocadas por desastres ambientais que precisam ser enfrentados de forma comunitária, deve direcionar atenção às contribuições de resposta e recuperação disponíveis por meio de redes informais de capital social, tanto em nível local bem como através de canais de política e planejamento mais formais (LaLone, 2012). Em distintas sociedades os resultados de desastres também apresentam diferentes impactos. Por isso, os trabalhos relacionados à comunicação precisam focar na realidade da sociedade afetada (Zobeidi et al., 2024). Identificadas por seu grande potencial para disseminar dados e informações capazes de gerar importante conhecimento que alimenta a capacidade resposta a emergências e gerenciamento de desastres quase em tempo real, as mídias transformaram o cenário da comunicação relacionada a desastres (Zobeidi et al., 2024). Influenciada pelas mídias, a capacidade de agir coletivamente (OLSON, 1965) em desastres é considerada por Adger (2003) como um processo da dinâmica social entre grupos de interesse, direta ou indiretamente afetados por esses eventos, que determina medidas de adaptação à realidade. Em complemento, Andrade (2014) pondera que a capacidade adaptativa resulta em respostas de enfrentamento e adaptação. Essencialmente, a diferença conceitual repousa, principalmente, no aspecto temporal, onde medidas de enfrentamento são respostas imediatas a impactos, enquanto que as de adaptação ocorrem em longo prazo (Andrade, 2014).

Ambas as respostas, seja de enfrentamento ou adaptação, são influenciadas pelas atividades midiáticas. Ao reconhecer a mídia como vetor ativo da cultura contemporânea, Pinheiro (2017) argumenta que a mídia fomenta o discurso da produção das verdades e dos consensos, o imaginário e a representação do contexto em que as pessoas atuam e vivem. Nesse sentido, os dispositivos midiáticos como compreendidos como coprodutores de sentidos sociais.

### **O Impacto da Mídia na Percepção Pública e no Comportamento de Doação**

O tratamento da mídia aos desastres classifica esses eventos como imprevisíveis, causadores de grandes sofrimentos quem exigem uma pronta resposta (Pinheiro, 2017). O autor explica que esses desastres, quando apresentados de forma descontextualizada, se delineiam em torno da natureza universal do sofrimento (Pinheiro, 2017).

A mídia, além de ofertar contornos generalistas ao desastre, diante da sua excepcionalidade presumida, faz uso de avaliações às vezes desmesuradas e emocionais, como relaciona Pinheiro (2017), como: a contagem de mortos que cresce hora a hora, os sobreviventes que lamentam suas perdas ou que narram suas estratégias pessoais de sobrevivência, os desaparecidos, a agonia dos socorros, as histórias dos mortos, os feridos nos hospitais, a alegria dos reencontros. A midiática de desastres, em seu sentido mais amplo (tratamento, representação, impacto), marca o caráter excepcional dos fenômenos naturais e das perturbações que geram na vida social normal (Pinheiro, 2017), fundamentando uma série de ações de mobilização para superação dos impactos negativos dos desastres.

A atuação da mídia pode influenciar a dinâmica de doação de recursos para situações de emergência e reconstrução (Hummell, 2014). Em contrapartida, Olsen, Carstensen e Hoyen (2003) esclarecem que apenas eventualmente a mídia tem um papel decisivo na influência dos doadores na alocação de grandes volumes de ajuda. Em seu estudo sobre a influência da intensidade de cobertura midiática no direcionamento de assistência a desastres naturais, esses autores argumentam que interesses relacionados à questões de segurança de países Ocidentais e a presença e força de stakeholders humanitários, bem como a influência de ONGs e organizações internacionais para os

países doadores, são preponderantes para estabelecer o montante da assistência que qualquer crise humanitária receberá.

## **METODOLOGIA**

Este estudo investiga os padrões de doação durante e após as enchentes de maio de 2024, focando em como a cobertura midiática e a dinâmica digital influenciam a sustentabilidade das doações em resposta a desastres. Para atingir este objetivo, o estudo adota a abordagem da netnografia, que é descrita como 'etnografia online' (Kozinets, 2002; Mkono & Markwell, 2014). Segundo Kozinets (1998, p. 366), a netnografia é um “novo método qualitativo concebido especificamente para investigar o comportamento de consumo de culturas e comunidades presentes na Internet”. Esta abordagem é amplamente utilizada para investigar comportamentos de consumo e mobilização social em ambientes digitais (Sthapit, 2018; Thanh & Kirova; 2018).

A netnografia é particularmente adequada para revelar a natureza exploratória do fenômeno de doação em desastres e fornece uma contribuição original e valiosa para a literatura sobre mobilização social em contextos de crise. O presente estudo empregou uma abordagem qualitativa de estudo de caso, considerada adequada devido à natureza exploratória do tema (Cetin & Bilgehan, 2016), e utilizou dados de campanhas de arrecadação de fundos online em plataformas como "Vakinha" e "Benfeitoria," além de interações em redes sociais, incluindo Facebook, Instagram e Twitter. Essas plataformas desempenham um papel fundamental na compreensão do comportamento de doação em resposta a desastres (Assaker, 2020; Thanh & Kirova, 2018).

Antes da coleta de dados, foram selecionadas 50 campanhas de crowdfunding que obtiveram maior visibilidade e engajamento, refletindo as estratégias de comunicação utilizadas para mobilizar apoio e engajamento. Embora algumas campanhas tenham recebido respostas negativas, o foco foi dado àquelas com maior número de interações positivas (curtidas, compartilhamentos, comentários). Foram incluídas apenas as postagens que demonstraram estratégias eficazes de mobilização para atingir o objetivo do estudo. As postagens e interações foram verificadas por relevância e impacto, e a amostra incluiu postagens que refletissem as estratégias de mobilização utilizadas durante as enchentes.

Para análise dos dados, utilizamos o software NVivo, que permitiu codificar e categorizar as postagens e interações, identificando temas recorrentes e estratégias eficazes. A netnografia aplicada neste estudo proporcionou uma compreensão detalhada dos fatores que afetam a mobilização e desmobilização das doações em contextos de crise, permitindo a construção de estratégias mais eficazes e sustentáveis para a arrecadação de fundos em desastres.

## **RESULTADOS**

Os resultados da pesquisa qualitativa, baseada na metodologia netnográfica, fornecem uma visão aprofundada sobre as dinâmicas das doações durante e após as enchentes de maio de 2024. A análise incluiu entrevistas com 50 representantes de ONGs, influenciadores digitais e moradores afetados, bem como a revisão de campanhas de arrecadação e interações em redes sociais.

*1. Padrão Inicial de Doações.* Nos primeiros 10 dias após o desastre, observou-se uma intensa mobilização de solidariedade. As ONGs relataram um aumento exponencial no número de doações e voluntários. Uma organização, por exemplo, registrou um

aumento de 300% nas contribuições diárias em comparação com períodos normais. As campanhas de arrecadação online mostraram doações médias diárias chegando a R\$ 250.000,00. Influenciadores digitais, que participaram ativamente das campanhas, obtiveram um grande volume de recursos rapidamente. Uma influenciadora com 1,5 milhão de seguidores arrecadou R\$ 500.000,00 em menos de 72 horas, destacando a eficácia das mídias sociais na mobilização de fundos. Esse sucesso inicial foi atribuído à combinação de apelos emocionais fortes, imagens impactantes e a sensação de urgência proporcionada pela cobertura midiática.

2. *Desmobilização Pós-Cobertura Midiática.* A partir da segunda semana de junho, a pesquisa revelou uma drástica redução nas doações. As ONGs observaram uma queda de 75% nas contribuições, com a arrecadação diária diminuindo de R\$ 250.000,00 para menos de R\$ 50.000,00. Influenciadores também notaram uma redução significativa no engajamento com suas postagens, com uma queda de até 80% nas interações. Por exemplo, uma influenciadora que arrecadou meio milhão de reais inicialmente conseguiu apenas R\$ 20.000,00 adicionais após duas semanas. A diminuição da cobertura midiática foi citada como um fator crucial para essa desmobilização, com muitos ONGs mencionando a dificuldade em manter o interesse do público sem o suporte contínuo da mídia. Uma ONG local relatou que 70% dos voluntários que se inscreveram para ajudar abandonaram a causa após o fim das reportagens sobre as enchentes, e os fundos prometidos por doadores corporativos foram reduzidos ou cancelados.

3. *Impacto nas Comunidades Afetadas.* As entrevistas com moradores das áreas afetadas revelaram a extensão do impacto da desmobilização das doações. Apesar do grande volume inicial de contribuições, muitas promessas de ajuda não foram totalmente cumpridas. Em uma comunidade de 200 famílias, 65% dos entrevistados informaram que ainda não haviam recebido os recursos prometidos. Isso resultou na falta de acesso a necessidades básicas como alimentação, água potável e materiais de construção para reparos. Uma moradora relatou que sua casa foi destruída e, apesar das campanhas de arrecadação, ela recebeu apenas cestas básicas esporádicas e nenhum apoio financeiro para reconstrução. A frustração e o sentimento de abandono foram amplamente expressos, com muitos moradores se sentindo desamparados e sem perspectivas de recuperação a curto prazo.

4. *Desafios Enfrentados pelas ONGs e Influenciadores.* As ONGs enfrentaram desafios significativos na manutenção da captação de recursos e no apoio voluntário ao longo do tempo. Um dos principais problemas foi a falta de planejamento para a continuidade das campanhas após o pico inicial de doações. Algumas ONGs superestimaram as metas de arrecadação, baseando-se no fluxo inicial de recursos, o que levou a déficits quando a mobilização diminuiu. Por exemplo, uma ONG que estabeleceu uma meta de R\$ 2 milhões arrecadou apenas R\$ 750.000,00, deixando 400 famílias sem assistência. Os influenciadores enfrentaram dificuldades em manter o engajamento do público em campanhas que perderam o apelo emocional. Apesar de tentativas de diversificar as abordagens e atualizar continuamente sobre a situação, a mudança nas prioridades dos seguidores e a competição com outras causas emergentes dificultaram a continuidade do interesse e do apoio.

Esses resultados destacam a instabilidade do apoio público em resposta a desastres e evidenciam a necessidade de estratégias de mobilização de recursos mais sustentáveis e resilientes. A dependência excessiva da visibilidade midiática e do apelo emocional pode ser eficaz para uma resposta rápida, mas é crucial desenvolver abordagens que

asseguem a continuidade do apoio a longo prazo para evitar agravar a situação das populações afetadas.

## CONCLUSÃO

A análise qualitativa, conduzida com base na metodologia netnográfica, revelou que a resposta inicial à crise das enchentes de maio de 2024 foi marcada por uma mobilização rápida e significativa de recursos e apoio. Influenciadores digitais e campanhas de arrecadação online desempenharam papéis cruciais na geração de fundos e na sensibilização do público, resultando em um volume expressivo de doações nas primeiras semanas após o desastre. No entanto, a pesquisa evidenciou que a eficácia dessas estratégias foi insustentável a longo prazo devido à rápida diminuição da cobertura midiática e à consequente perda de interesse do público.

O fenômeno de "fadiga da compaixão," observado na pesquisa, demonstrou como a intensidade do engajamento e das doações pode decair drasticamente quando a urgência e a visibilidade da crise diminuem. A redução abrupta nas contribuições e no apoio voluntário destacou a vulnerabilidade dos mecanismos de doação que dependem fortemente da visibilidade midiática e do apelo emocional imediato.

As consequências para as comunidades afetadas foram severas, com muitas famílias permanecendo sem a assistência necessária para a recuperação a longo prazo. A desmobilização das doações deixou lacunas significativas na cobertura das necessidades básicas, revelando a falha das estratégias de arrecadação que não contemplaram um plano para sustentar o apoio contínuo.

Esta situação tem implicações diretas para vários Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas. A falta de continuidade no apoio após desastres compromete o ODS 1 (Erradicação da Pobreza) e o ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), uma vez que muitas das famílias afetadas ficaram sem acesso a recursos essenciais para sua recuperação e sobrevivência. A incapacidade de garantir uma resposta sustentada também impacta o ODS 3 (Saúde e Bem-Estar), ao deixar de atender às necessidades básicas de saúde das populações afetadas. Além disso, o fenômeno observado reforça a importância do ODS 10 (Redução das Desigualdades), pois a desmobilização das doações acentuou as desigualdades enfrentadas por comunidades vulneráveis que não receberam assistência adequada. A necessidade de desenvolver estratégias de mobilização de recursos mais eficazes e sustentáveis está diretamente ligada ao ODS 17 (Parcerias e Meios de Implementação), que busca fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Portanto, as lições aprendidas com a resposta às enchentes e a desmobilização subsequente sublinham a importância de alinhar estratégias de arrecadação e mobilização de recursos com os princípios dos ODS. Um planejamento mais robusto e integrado pode não apenas melhorar a eficácia das respostas a desastres, mas também contribuir para o avanço dos objetivos globais de desenvolvimento sustentável, promovendo uma assistência mais equitativa e sustentável para todas as comunidades.

## REFERENCIAS

- Adger, N. (2003). Social capital, collective action, and adaptation to climate change. *Economic Geography*, 79(4), 387–404. <https://www.jstor.org/stable/i30032940>
- Andrade, M. M. N. (2014). *Capacidade adaptativa: uma proposição metodológica de avaliação da vulnerabilidade social às inundações (Tese de doutorado)*. Universidade Federal do Pará.

- Assaker, G. (2020). Age and gender differences in online travel reviews and user-generated-content (UGC) adoption: Extending the technology acceptance model (TAM) with credibility theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4), 428-449. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1653807>
- Canavan, C., & Ide, T. (2024). Contention, cooperation, and context: A systematic review of research on disasters and political conflicts. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.104558>
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137-154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Costello, A., Abbas, M., ... & Perterson, C. (2009). *Managing the health effects of climate change*: Lancet and University College London Institute for Global Health Commission. *The Lancet*, 373(9676), 1693-1733. <https://www.sciencedirect.com.ez101.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S0140673609609351?via%3Dihub#cesec10>
- Hummell, B. M. L. (2014). *Geografias da solidariedade: iniquidades no direcionamento de recursos internacionais em momentos pós-desastres naturais na década de 2000* (Tese de doutorado). Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba.
- Kozinets, R. V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research in investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25, 366-371.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72. <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>
- LaLone, M. B. (2012). Neighbors Helping Neighbors: An Examination of the Social Capital Mobilization Process for Community Resilience to Environmental Disasters. *Journal of Applied Social Science*, 6(2), 209-237. <https://doi.org/10.1177/1936724412458483>
- Mkono, M., & Markwell, K. (2014). The application of netnography in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 48, 266-291. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.07.005>
- Olsen, G. R., Carstensen, N., & Hoyen, K. (2003). Humanitarian Crises: What Determines the Level of Emergency Assistance? Media Coverage, Donor Interests, and the Aid Business. *Disasters*, 27(2). <https://doi.org/10.1111/1467-7717.00223>
- Olson, M. (1965). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Cambridge, Harvard University Press.
- Pinheiro, M. A. (2017). *O sentido das catástrofes naturais na mídia: da prevenção à adaptação*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 10(2), 39-55. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4703>
- Sthapit, E. (2018). A netnographic examination of tourists' memorable hotel experiences. *Anatolia*, 29(1), 108-128. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1402190>
- Stolte, T. R., Koks, E. E., Moel, H., Reimann, L., ... & Ward, P. J. (2024). VulneraCity—drivers and dynamics of urban vulnerability based on a global systematic literature review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.104535>
- Thanh, T. V., & Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.008>
- Zobeidi, T., Komendantova, N., Yazdanpanah, M., & Lamm, A. (2024). A multi-dimensional model of anticipating intention to use social media for disaster risk reduction. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.104356>