Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP
Journal of Economics, Business and Entrepreneurship in the CPLP
ISSN 2183-7201 | V12 | Special Issue, Part. 3 | 2026

Os residentes no apoio aos megaeventos: o caso dos concertos dos Coldplay

Residents supporting mega-events: the case of Coldplay concerts

Luísa Augusto [1], **Sara Santos** [2, 3, 4], **Pedro Espírito Santo** [5], **Sónia Ferreira** [6]

[1] CISED_Research Center in Digital Services, Portugal
[2]CEOS.PP, Porto, Portugal
[3]NECE - Research Centre for Business Sciences, Covilhã, Portugal
[4]Universidade Aberta, Department of Social Sciences and Management, Lisbon, Portugal
[5] Centre of Applied Research in Management and Economics (CARME), Polytechnic University of Leiria, Portugal
[6]CI&DEI – Center for Studies in Education and Innovation, Portugal

Corresponding author: Luísa Augusto | laugusto@esev.ipv.pt
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9117-4775
DOI: https://doi.org/10.29073/e3.v12i2.1224

Received: 12/06/2026 | **Accepted**: 04/07/2026 | **Published**: 10/11/2026

Resumo

Nos últimos anos, registou-se um aumento significativo da organização de eventos culturais. Estes eventos tornaram-se agora parte integrante da vida quotidiana das comunidades locais e dos municípios. Os megaeventos, em particular, são conhecidos pela sua capacidade de provocar vários impactos no destino anfitrião, nomeadamente nas atitudes dos residentes em relação ao mesmo. Neste sentido, este estudo procura analisar as variáveis antecedentes que influenciam o apoio dado pelos residentes à realização de eventos de grande dimensão na sua cidade, tendo como base o caso dos concertos dos Coldplay em Coimbra. Assim, recorrendo a uma metodologia quantitativa, recolheram-se dados através de um questionário online para analisar os efeitos entre as variáveis em estudo através do SMART PLS. De acordo com os resultados desta investigação, pode inferir-se que os impactos sociais influenciam consideravelmente como os residentes da cidade anfitriã reagem e apoiam os megaeventos, especialmente os megaeventos musicais. Além disso, o estudo revela que a atitude dos residentes desempenha um papel significativo no apoio a eventos desta escala.

Palavras-chave: Mega Eventos, Residentes, Atitude, Apoio a eventos, Impactos Sociais

Abstract

In recent years, there has been a significant increase in the organisation of cultural events. These events have now become an integral part of the daily life of local communities and municipalities. Mega-events are known for their ability to cause several impacts on the host destination, namely on residents' attitudes towards it. In this sense, this study seeks to analyse the antecedent variables that influence the support given by residents to hold large-scale events in their city, based on the case of the Coldplay concerts in Coimbra. Thus, using a quantitative methodology, data were collected through an online questionnaire to analyse the effects between the variables under study through SMART PLS. According to the results of this research, it can be inferred that social impacts considerably influence how host city residents react and support mega-events, especially music mega-events. Furthermore, the study reveals that residents' attitudes play a significant role in supporting events of this scale.

Keywords: Mega Events, Residents, Attitude, Event support, Economic, Social Impacts

1. Introdução

Os concertos tornaram-se uma força económica importante na indústria do turismo, exercendo uma influência considerável nas comunidades anfitriãs (Bagiran & Kurgun, 2013). No entanto, é amplamente reconhecido que os concertos podem gerar tanto efeitos positivos como negativos nas suas cidades anfitriãs. Os académicos categorizam estes impactos em três dimensões principais: económica, ambiental e social (Liang et al., 2016). Para além de avaliar as consequências tangíveis destes eventos em termos de fluxo

monetário ou impacto ecológico, torna-se crucial compreender as perceções da comunidade local (Pavluković et al., 2017). A opinião pública desempenha um papel central na definição do nível de aceitação dos residentes, bem como no envolvimento e apoio à organização de tais eventos. Nos últimos anos, tem havido um aumento do interesse, tanto por parte dos profissionais como dos académicos, em explorar os impactos sociais dos megaeventos (Dwyer et al., 2006; Zhou & Ap, 2008; Lee et al., 2014; Pavluković et al., 2017). Consequentemente, a investigação empírica sobre este tema registou um crescimento significativo. No entanto, o impacto dos megaeventos musicais nos residentes de países como Portugal continua a ser pouco estudado. Além disso, o impacto da atitude e do apoio dos locais da cidade anfitriã no sucesso dos megaeventos também requer uma investigação mais aprofundada.

O objetivo deste estudo é perceber a relação entre a perceção dos impactos pelos residentes, a sua atitude geral e o nível de apoio aos megaeventos. Especificamente, esta investigação centra-se nos concertos dos Coldplay que decorreram em Coimbra, em maio de 2023. Embora estudos anteriores tenham explorado o impacto dos megaeventos na indústria do desporto (Deccio & Baloglu, 2002; Zhou & Ap, 2008; Prayag et al., 2013; Boonsiritomachai & Phonthanukitithaworn, 2019), a investigação sobre o impacto dos eventos musicais ainda carece de maior desenvolvimento. Além disso, existe uma incerteza considerável relativamente à ligação entre a atitude geral dos residentes e o seu apoio aos megaeventos, apesar da existência de numerosos modelos concebidos para analisar esta relação. Andereck e Vogt (2000) consideram crucial examinar como as atitudes dos residentes se correlacionam com o seu apoio a eventos desta dimensão, evidenciando uma carência de estudos nesta área. Por conseguinte, esta investigação visa explorar a relação entre as perceções dos residentes e o seu apoio específico a estes eventos, procurando fornecer uma compreensão mais profunda desta correlação, contribuindo assim para colmatar as lacunas existentes na literatura.

A contribuição específica deste artigo reside na sua abordagem direcionada para o estudo dos impactos sociais, ambientais e económicos dos megaeventos, com foco particular nos concertos dos Coldplay em Coimbra. Ao contrário de outras investigações que se concentraram em eventos desportivos ou em contextos internacionais, esta investigação amplia o âmbito ao explorar megaeventos musicais numa cidade portuguesa. Deste modo, contribui para colmatar lacunas na literatura sobre as perceções dos residentes e o seu papel mediador entre os impactos percebidos e o apoio aos eventos. Além disso, os resultados oferecem implicações práticas relevantes para os gestores de eventos e autoridades locais, destacando a importância de considerar e gerir ativamente as atitudes dos residentes para garantir um apoio sustentável e positivo aos megaeventos.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresenta-se a fundamentação teórica que explora os conceitos e as dimensões dos megaeventos, com ênfase nos seus impactos económicos, ambientais e sociais. Em seguida, descreve-se a metodologia adotada para a análise empírica, destacando a relevância do caso de estudo dos concertos dos Coldplay em Coimbra. Posteriormente, os resultados obtidos são analisados e discutidos à luz da literatura existente, fornecendo insights significativos sobre as relações entre a perceção dos residentes, suas atitudes e o apoio aos megaeventos. Por fim, o estudo conclui com implicações práticas, limitações e sugestões para investigações futuras.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Os megaeventos referem-se a eventos de grande escala que, devido à sua dimensão ou importância, têm um impacto significativo no turismo, na exposição mediática, na reputação e nos impactos para a comunidade ou destino que os acolhe (Müller, 2015). Os megaeventos abrangem uma vasta gama de âmbitos, incluindo, mas não se limitando a, eventos desportivos, espetáculos musicais e exposições culturais. Segundo Marris (1987), estes acontecimentos requerem um mínimo de um milhão de participantes para serem classificados como megaeventos. Apesar de terem uma duração temporária, deixam impactos duráveis nas cidades anfitriãs (Roche, 1994).

Para além do seu valor de entretenimento, os megaeventos também desempenham um papel significativo na promoção do turismo e na dinamização das economias locais. O afluxo de visitantes não só estimula vários sectores, como a hotelaria e o comércio, mas também mostra as atrações e comodidades únicas que uma cidade ou região tem para oferecer. Os megaeventos desempenham um papel crucial no aumento da notoriedade, da atratividade e da rentabilidade da cidade anfitriã (Ritchie, 1984). Os megaeventos tendem a ser bem recebidos pelos habitantes locais, que normalmente se mostram ansiosos por participar quando vêm benefícios para a sua localidade (Xu et al., 2022). Estes eventos de grande escala não se limitam a proporcionar entretenimento; servem de catalisador para aumentar a consciencialização sobre o destino entre os turistas nacionais e internacionais. Os megaeventos têm a caraterística de gerar vários efeitos, tanto positivos como negativos, no local anfitrião (Liang et al., 2016).

IMPACTOS ECONÓMICOS, AMBIENTAIS E SOCIAIS DOS MEGAEVENTOS

Nas últimas décadas, a organização de eventos culturais aumentou, tornando-se parte da vida quotidiana das comunidades locais e dos municípios. Os megaeventos são conhecidos por produzirem diversos impactos, positivos ou negativos, para o destino anfitrião, sendo frequentemente vistos como poderosos motores de crescimento e progresso. Os impactos inerentes a estes eventos podem ser económicos, sociais e ambientais (Liang et al., 2016).

Ao analisar o impacto económico, torna-se evidente que a realização de tais eventos pode ter um efeito multifacetado em vários aspetos. Estes podem estar associados a taxas de emprego mais elevadas, uma vez que a organização de eventos de grande escala requer frequentemente uma mão de obra alargada, o que conduz a um aumento das oportunidades de emprego para os habitantes locais (Deccio & Baloglu, 2002). Para além disso, o afluxo de visitantes durante estes eventos tende a estimular o sector do lazer e turismo, podendo levar a níveis de despesa mais elevados nos negócios locais contribuindo positivamente para a economia local (Lim & Lee, 2006). Embora sejam inegáveis os benefícios de acolher grandes eventos, é importante considerar também alguns potenciais inconvenientes. Os custos de desenvolvimento das infraestruturas necessárias para organizar este tipo de evento e a sua modernização pode exigir um investimento considerável, o que muitas vezes resulta no aumento dos impostos cobradas aos residentes, transferindo parte dos encargos financeiros para os membros da comunidade (Deccio & Baloglu, 2002).

Assim, as primeiras hipóteses a testar são:

- **H1a** Os impactos económicos dos megaeventos influenciam a atitude dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.
- **H2a** Os impactos económicos dos megaeventos influenciam o apoio dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.

- **H3a** A atitude dos residentes atua como mediadora entre os impactos económicos e o apoio demostrado aos megaeventos.

Ao considerar os impactos ambientais dos megaeventos, é importante perceber que embora existam benefícios para os residentes, como instalações duradouras que podem ser utilizadas após o evento e melhorias nas infraestruturas e espaços recreativos (Gursoy & Kendall, 2006), também é necessário reconhecer as potenciais consequências negativas. A destruição do ambiente físico e natural é uma das preocupações. Isto inclui alterações na utilização dos solos, poluição dos lagos, rios, bem como danos nos recursos culturais e históricos (Kim et al., 2006).

Desta forma, propõe-se as seguintes hipóteses:

- **H1b** Os impactos ambientais dos megaeventos influenciam a atitude dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.
- **H2b** Os impactos ambientais dos megaeventos influenciam o apoio dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.
- **H3b** A atitude dos residentes atua como mediadora entre os impactos ambientais e o apoio demostrado aos megaeventos.

Relativamente aos efeitos sociais, os megaeventos não só aumentam as perspetivas culturais disponíveis para os residentes de uma área específica, como também reforçam o desenvolvimento da comunidade e fomentam o orgulho entre os seus cidadãos (Zhou & Ap, 2008). Além disso, desempenham um papel crucial na preservação dos valores e costumes regionais, enquanto promovem uma melhor compreensão e apreciação de diferentes culturas (Zhou & Ap, 2008). No entanto, há contrapartidas. Estes eventos de grande escala são conhecidos por dar origem a certos problemas sociais. A perturbação da paz e da tranquilidade dos residentes devido ao aumento dos níveis de ruído, aos atos de criminalidade e à deposição de lixo nas imediações do evento são exemplos desses inconvenientes (Dwyer et al., 2006). Além disso, o facto de estes megaeventos atraírem grandes multidões de todo o mundo conduz frequentemente a uma sobrelotação e agrava o congestionamento do tráfego na cidade anfitriã (Zhou & Ap, 2008).

Posto isto, formulam-se as seguintes hipóteses:

- **H1c** Os impactos sociais dos megaeventos influenciam a atitude dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.
- **H2c** Os impactos sociais dos megaeventos influenciam o apoio dos residentes da cidade anfitriã face aos mesmos.
- **H3c** A atitude dos residentes atua como mediadora entre os impactos sociais e o apoio demonstrado aos megaeventos.

Atitude e Apoio dos Residentes face a Megaeventos

A perceção que os residentes têm dos impactos ou consequências de um evento desempenha um papel importante na formação das suas atitudes e opiniões em relação ao mesmo (Boonsiritomachai & Phonthanukitithaworn, 2019). Os megaeventos podem causar grandes transformações nas comunidades locais, nomeadamente o desenvolvimento de infraestruturas benéficas para o local e a valorização internacional do mesmo (Kim et al., 2022). Por conseguinte, compreender a forma como os indivíduos interpretam e avaliam os impactos gerados por um evento na sua localidade é crucial para avaliar o envolvimento e a participação da comunidade. Como tal, é considerado imperativo que as entidades

organizadoras destes eventos reconheçam ativamente e tenham em conta as atitudes que as comunidades anfitriãs têm em relação a estes impactos, permitindo-lhes não só capitalizar os aspetos positivos, mas também aliviar quaisquer emoções negativas (Pavluković et al., 2017).

A forma como os residentes percecionam os impactos sociais, ambientais e económicos dos megaeventos tem uma influência significativa na sua atitude geral em relação a eles. Por sua vez, o apoio dos indivíduos a determinadas causas é diretamente influenciado pelas suas atitudes (Prayag et al., 2013). É crucial compreender tanto as razões que sustentam o apoio ao evento como os motivos de oposição.

Com base na literatura acima referida, propõe-se a seguinte hipótese:

- **H4** A atitude dos residentes da cidade anfitriã influencia o apoio dos mesmos aos megaeventos.

Concertos do Coldplay em Coimbra

De acordo com José Manuel Silva, Presidente da Câmara Municipal de Coimbra, a atuação dos Coldplay em Coimbra teve um impacto significativo a nível nacional e internacional, atraindo não só as atenções para a cidade, como também resultaram num aumento da atividade comercial (Agência Lusa, 2023). Durante quatro noites, de 17 a 21 de maio de 2023, estes espetáculos realizados no Estádio Cidade de Coimbra contribuíram para gerar um impressionante retorno económico direto de 36 milhões de euros (Agência Lusa, 2023).

A digressão *Music of the Spheres World Tour* dos Coldplay já provou ser um enorme sucesso. Com um total de 133 concertos programados até 2024, os Coldplay venderam um número substancial de bilhetes - atingindo mais de 4.539.251 vendas até à data. Consequentemente, prevê-se que esta digressão gere receitas no valor de 407.705.552 dólares (Touring Data, 2023).

3. Metodologia

Esta investigação adota uma abordagem de estudo de caso e recorre a uma metodologia quantitativa, concretizada através de um inquérito por questionário aplicado após os concertos dos Coldplay em Coimbra. A construção do questionário incluiu variáveis definidas a partir de escalas apresentadas por autores de referência (Lee et al., 2014; Liang et al., 2016). Estas escalas foram adaptadas de forma a garantir a sua relevância e a compreensão por parte dos respondentes. Assim sendo, foram adaptados itens da escala do estudo de Liang et al. (2016) para medir o impacto social, ambiental e económico do megaevento. Para medir a atitude do residente face ao megaevento e o apoio dos residentes da cidade anfitriã ao megaevento foram adaptadas as escalas de Lee et al. (2014). Todos os itens do questionário foram medidos através da escala de Likert de 5 pontos variando de (1) discordo totalmente a (5) concordo totalmente.

Quadro 1 - Caracterização da Amostra

Variável	Categoria	N	%
Género	Masculino	77	74
	Feminino	26	25
	Prefiro Não Dizer	1	1
Idade	≤22	10	9
	23-38	51	49
	39-54	41	40
	55-73	2	2

	≥74	0	0
Estado Civil	Casado (a) ou em União de Facto	56	54
	Solteiro (a)	45	43
	Divorciado (a)	3	3
Habilitações	Ensino Básico	2	2
	Ensino Secundário	25	24
	Licenciatura	44	42
	Mestrado	31	30
	Doutoramento	2	2
Ocupação	Estudante	9	8
	Trabalhador-Estudante	17	15
	Trabalhador	73	62
	Desempregado	17	15
	Reformado	1	1
Rendimento Anual	Menos de 10000€	28	27
	Entre 10000€ e 19999€	46	44
	Entre 20000€ e 50000€	20	19
	Mais de 50000€	10	10

A amostra deste estudo constituída por 104 indivíduos, residentes na cidade de Coimbra, revela que 74% dos inquiridos são do género masculino e que 49% dos inquiridos tem entre 23 e 38 anos (Quadro 1). Relativamente à participação no evento, 31% dos inquiridos assistiram a um dos 4 concertos dos Coldplay realizados na cidade de Coimbra, enquanto 69% dos inquiridos não esteve presente no evento.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados foram analisados com recurso ao software Smart PLS 3.3.2, tendo a análise sido efetuada em duas fases. Em primeiro lugar, foram avaliadas a validade e a fiabilidade do modelo de medição. Em seguida, procedeu-se à análise ao modelo estrutural e investigaram-se as relações entre os construtos para testar as hipóteses. Os resultados da análise ao modelo de medidas são apresentados no Quadro 2, que mostra várias métricas para avaliar o desempenho do modelo. A variância média extraída (AVE) varia entre 0.642 e 0.925, indicando níveis satisfatórios de variância explicada dentro de cada constructo (AVE>0.5). Segundo Barclay, Higgins e Thompson (1995), o valor mínimo aceitável para os coeficientes estandardizados dos itens é de 0,7 (Hair et al., 2017). Portanto, foram removidos dois construtos (IE3=0.202; IS3=0.670). Além disso, os valores de fiabilidade composta (FC) que variam entre 0.791 e 0.974 demonstram uma elevada consistência interna entre os itens dentro dos respetivos constructos, atendendo aos valores comumente recomendados pela literatura (FC > 0.7) (Hair et al., 2017), garantindo robustez e validade dos constructos.

Quadro 2 - Modelo de Medidas

Variável Latente	Itens Código	Λ	*t-values*	FC	AVE
Impactos Económicos	IE1	0.880	14.665	0.791	0.656
	IE2	0.734	6.188		
Impactos Ambientais	IA1	0.742	12.423	0.877	0.642
	IA2	0.796	12.386		
	IA3	0.854	20.316		
	IA4	0.808	12.945		
Impactos Sociais	IS1	0.886	24.134	0.878	0.706

	IS2	0.783	9.947		
	IS4	0.849	28.985		
Attitude	A1	0.871	43.548	0.891	0.731
	A2	0.788	16.829		
	A3	0.902	35.643		
Apoio	S1	0.953	63.424	0.974	0.925
	S2	0.964	60.037		
	S3	0.967	69.439		

Na análise ao modelo de medidas, a validade discriminante também foi avaliada. Ao aplicar o critério de Fornell e Larcker (1981), o a raiz quadrada da variância média extraída de cada construto supera suas correlações com outros construtos latentes, de acordo com o Quadro 3 (Hair et al., 2016). Esse resultado indica que há distinção entre os construtos, implicando validade discriminante.

Quadro 3 - Validade discriminante - Critério de Fornell e Larcker (1981)

Construto	**A**	**IA**	**IE**	**IS**	**S**
A	0.855				
IA	0.519	0.801			
IE	0.476	0.629	0.810		
IS	0.597	0.634	0.542	0.840	
S	0.830	0.436	0.402	0.596	0.962

Na segunda fase da análise, foram avaliados os resultados do modelo estrutural que evidencia pelo teste de hipóteses que 4 das 10 hipóteses em estudo foram confirmadas. Para além disso, o modelo proposto explica 40,2% do constructo "Atitude" e 70,8% do constructo "Apoio".

Quadro 4 - Validação de Hipóteses – Efeitos Totais

Hipótese	**Trajetória**	***B***	***t-values***	**Validação da Hipótese**
H1a	IE → A	0.150	1.424	Não Corroborada
H2a	IE → S	0.090	0.813	Não Corroborada
H3a	IE → A → S	0.114	1.489	Não Corroborada
H1b	IA → A	0.163	1.514	Não Corroborada
H2b	IA → S	0.054	0.477	Não Corroborada
H3b	IA → A → S	0.124	1.457	Não Corroborada
H1c	IS → A	0.411	3.929	Corroborada
H2c	IS → S	0.513	4.664	Corroborada
H3c	IS → A → S	0.311	4.412	Corroborada
H4	A → S	0.757	8.791	Corroborada

As hipóteses H1a e H2a não foram corroboradas, estes resultados não estão em linha com outros autores, como Prayag et al. (2013) e Boonsiritomachai e Phonthanukitithaworn (2019), que defendem que os impactos económicos têm influência na atitude e apoio dos residentes aos megaeventos. Ambos os estudos são na área do desporto, pelo que os resultados podem ser diferentes quando se trata de megaeventos musicais. A hipótese 1b não foi suportada, defendendo a ausência de uma relação significativa entre os impactos ambientais e as atitudes globais dos residentes. Assim, este resultado vai ao encontro das conclusões de Prayag et al. (2013). Os resultados deste estudo indicam que os impactos ambientais não influenciam o apoio dos residentes ao megaevento (H2b). Esta conclusão

não coincide com os resultados do estudo de Prayag et al. (2013). Esta discordância pode ter a ver com o facto de o estudo do autor ter sido aplicado em Londres, num contexto desportivo. Esta investigação confirma que os impactos sociais influenciam tanto a atitude (H1c) como o apoio (H2c) dos residentes aos megaeventos. Este resultado vai ao encontro das conclusões de autores como Prayag et al. (2013) e Boonsiritomachai e Phonthanukitithaworn (2019). Neste estudo também se investigam os efeitos indiretos da atitude na relação entre a perceção dos impactos e o apoio dos residentes aos megaeventos musicais (H3a, H3b, H3c). Os resultados sugerem que o apoio nem sempre é uma consequência direta dos impactos percebidos, sobretudo no que diz respeito aos impactos económicos (H3a) e ambientais (H3b). No entanto, a Hipótese 3c é corroborada, o que significa que a atitude é mediadora da relação entre os impactos sociais e o apoio dos residentes aos megaeventos, como afirma Prayag et al. (2013). Além disso, a hipótese H4 foi corroborada, portanto os resultados indicam uma relação favorável entre a atitude geral dos residentes e o apoio aos megaeventos. Estes resultados estão de acordo com estudos semelhantes, tal como os de Prayag et al. (2013).

5. Conclusões

Este estudo tem como objetivo perceber a relação entre os impactos, as atitudes dos residentes e o seu apoio específico a megaeventos, nomeadamente no que se refere ao concerto dos Coldplay que aconteceram em Coimbra, em maio de 2023. Atualmente, existem lacunas significativas na literatura sobre o impacto dos megaeventos musicais, especialmente em cidades de dimensão média, como Coimbra. A maioria dos estudos existentes centra-se em megaeventos desportivos ou em grandes centros urbanos, ignorando as especificidades e dinâmicas de cidades mais pequenas. Além disso, as perceções e atitudes dos residentes, bem como o seu papel no apoio ou oposição a esses eventos, constituem áreas pouco exploradas. Esta investigação revelou que a atitude e o apoio dos residentes de Coimbra em relação ao concerto dos Coldplay são motivados principalmente por impactos sociais e não por fatores ambientais e económicos. Ao contrário destes últimos, que aparentemente têm pouca influência na sua perspetiva, os impactos sociais desempenham um papel mais substancial na formação da opinião dos residentes. Para além disso, é de notar que a atitude dos residentes em relação ao concerto está significativamente ligada ao seu apoio ao mesmo, sendo ainda mediadora entre os impactos sociais e o apoio dos residentes. Os resultados do presente estudo trazem contributos para a academia, bem como implicações significativas para os diferentes stakeholders envolvidos na organização dos megaeventos musicais, nomeadamente dos concertos. De acordo com Kim e Petrick (2005), as entidades que organizam estes eventos de grande escala dão muitas vezes prioridade aos interesses económicos em detrimento dos seus impactos sociais e culturais. Curiosamente, os resultados indicam que a atitude geral dos residentes é mais afetada pela perceção dos impactos sociais. Por conseguinte, é necessário gerir, em específico, estas perceções e impactos sociais para que os residentes tenham uma atitude positiva em relação ao megaevento e, consequentemente, o apoiem. Obter uma compreensão exata das opiniões e do apoio dos residentes apenas com base na medição das perceções de impacto pode não fornecer informações fiáveis para a tomada de decisões. Portanto, é fundamental que os organizadores de eventos não só avaliem os impactos, mas também tenham em conta as atitudes gerais dos residentes. Ao gerir ativamente a forma como estes impactos são percebidos e ao envolver os residentes no processo de tomada de decisões, os organizadores do evento podem promover atitudes positivas que, em última análise, influenciam o apoio da comunidade. Em Portugal, os grandes eventos realizam-se sobretudo em cidades como Lisboa e Porto. No entanto, quando os eventos se realizam em cidades mais pequenas, como Coimbra, com uma

população de cerca de 140.000 pessoas, os residentes sentem um grande orgulho em ver a sua região ser reconhecida internacionalmente através de uma cobertura mediática frequente. Para além disso, veem este facto como uma oportunidade para a sua cidade ser incluída no mapa dos destinos de entretenimento. Consequentemente, com base nos resultados deste estudo, os residentes encorajam ativamente a realização de mais megaeventos na sua região.

Os resultados deste estudo têm algumas limitações. A amostra do estudo é relativamente pequena, por isso sugere-se realizar o mesmo estudo com uma amostra maior. Este estudo toma em consideração os impactos sociais, ambientais e económicos gerais, portanto é sugerido separá-los em positivos e negativos. A maior parte dos inquiridos não esteve presente nos concertos, por isso seria importante realizar o mesmo estudo com uma maior quota de inquiridos presente no concerto para perceber a sua opinião em relação aos assuntos tratados.

REFERÊNCIAS

Agência Lusa. (2023, June 29). *Concertos dos Coldplay em Coimbra geraram retorno económico direto de 36 milhões de euros*. *Observador*. https://observador.pt/2023/06/30/concertos-dos-coldplay-em-coimbra-geraram-retorno-economico-direto-de-36-milhoes-de-euros/

Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research, 39*(1), 27–36. https://doi.org/10.1177/004728750003900104

Bagiran, D., & Kurgun, H. (2013). Research on social impacts of the Foça Rock Festival: The validity of the Festival Social Impact Attitude Scale. *Current Issues in Tourism, 19*(9), 930–948. https://doi.org/10.1080/13683500.2013.800028

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology Studies, 2*(2), 285–309.

Boonsiritomachai, W., & Phonthanukitithaworn, C. (2019). Residents' support for sports events tourism development in beach city: The role of community participation and tourism impacts. *SAGE Open, 9*(2), 215824401984341. https://doi.org/10.1177/2158244019843417

Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research, 41*(1), 46–56. https://doi.org/10.1177/0047287502041001006

Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2006). Assessing the economic impacts of events: A computable general equilibrium approach. *Journal of Travel Research, 45*(1), 59–66. https://doi.org/10.1177/0047287506288907

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*, 39–50.

Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega-events. *Annals of Tourism Research, 33*(3), 603–623. https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).* SAGE.

Kim, H. J., Gursoy, D., & Lee, S. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management, 27*(1), 86–96. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.07.010

Kim, J., Han, J., Kim, E., & Kim, C. (2022). Quality of life, subjective expectations, and exchange from hosting mega-events. *Sustainability, 14*(17), 11079. https://doi.org/10.3390/su141711079

Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management, 26*(1), 25–38. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.013

Lee, Y., Kim, S. Y., Lee, C., & Kim, S. (2014). The impact of a mega event on visitors' attitude toward hosting destination: Using trust transfer theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 31*(4), 507–521. https://doi.org/10.1080/10548408.2014.883347

Liang, Y., Wang, C., Tsaur, S., Yen, C., & Tu, J. (2016). Mega-event and urban sustainable development. *International Journal of Event and Festival Management, 7*(3), 152–171. https://doi.org/10.1108/IJEFM-05-2016-0033

Lim, S., & Lee, J. (2006). Host population perceptions of the impact of mega-events. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. https://doi.org/10.1080/10941660600931259

Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies, 34*(6), 627–642. https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333

Pavluković, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. M. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitudes toward events in Serbia and Hungary? *Tourism Management, 63*, 42–53. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.006

Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management, 36*, 629–640. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.003

Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research, 23*(1), 2–11. https://doi.org/10.1177/004728758402300101

Roche, M. J. (1994). Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research, 21*(1), 1–19. https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90002-7

Touring Data. (2023, June 27). *Music of the Spheres Tour*. *Touring Data*. https://touringdata.wordpress.com/2022/04/19/coldplay-music-of-the-spheres-tour/

Xu, Z., Wu, C., & Li, X. (2022). Residents' perceptions and behavioral intentions towards mega-sports events: A case study of Beijing 2022 Olympic Winter Games. *Sustainability, 14*(22), 14955. https://doi.org/10.3390/su142214955

Zhou, Y., & Ap, J. (2008). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research, 48*(1), 78–91. https://doi.org/10.1177/0047287508328792

AUTHORS' CONTRIBUTIONS (CREDIT)

Conceptualization, LA and SS; methodology, PES; formal analysis, LA and SS; investigation, LA, SS, and SF; software, PES; validation, PES; resources, LA and SS; data curation, PES; writing—original draft preparation, LA, SS, and SF; writing—review and editing, LA and SS; supervision, LA, SS, and SF; project administration, LA and SS. All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

FUNDING

This work is funded by National Funds through FCT – Foundation for Science and Technology, I.P., under the project Ref.ª UIDB/05583/2020. and the PIDI/CISeD/2022/006 project.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

DATA AVAILABILITY STATEMENT

The data that support the findings of this study are not publicly available due to confidentiality and anonymity requirements of the participants but are available from the corresponding author upon reasonable request.

ETHICS STATEMENT

We have substantially strengthened the description of ethical procedures by providing a more detailed account of the process of obtaining informed consent, the measures implemented to ensure anonymity and confidentiality.

ACKNOWLEDGEMENTS

We would like to thank the Center for Research in Digital Services (CISeD) and the Polytechnic Institute of Viseu for their support. The work is also developed within the scope of the project STORYTOUR - The use of storytelling in tourist promotional videos Ref. PIDI/CISeD/2022/006.