

Resultados: 16,0% dos entrevistados relataram realizar atividade física de lazer, sendo aqueles com maior escolaridade e maior posição no escore econômico relatando maiores níveis de atividade. Os indivíduos que vivem em áreas com maior nível de coesão social foram mais propensos a praticarem atividade física, mesmo após o controle de potenciais fatores de confusão (PR = 1,56; IC95% = 1,13, 2,16). Essa associação não foi mediada pelas variáveis contextuais utilizadas. A eficácia coletiva não foi significativamente associada à atividade física de lazer. Também observamos que aqueles que viviam em áreas mais violentas foram menos propensos a prática de atividade física (PR = 0,76; IC95% = 0,61, 0,95).

Conclusões/Recomendações: As intervenções para fortalecer a coesão social na comunidade podem ser uma via para promoção da atividade física.

Financiamento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (409688/2006-1). Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (APQ-00677-08). Fundo Nacional de Saúde/Ministério da Saúde (25000, 102984/2006-97).

245. SEDENTARY BEHAVIORS, PHYSICAL ACTIVITY, AND CHANGES IN DEPRESSION AND PSYCHOLOGICAL DISTRESS SYMPTOMS IN OLDER ADULTS

E. Andrade-Gómez, D. Martínez-Gómez, F. Rodríguez-Artalejo, E. García-Esquinas

Department of Preventive Medicine and Public Health, Universidad Autónoma de Madrid and Idipaz, and CIBER of Epidemiology and Public Health (CIBERESP); Department of Physical Education, Sport and Human Movement, Autonomous University of Madrid; IMDEA-Food Institute, CEI UAM+CSIC.

Background/Objectives: TV viewing and computer use have been associated with higher risk of depression, but studies specifically assessing the impact of these and other types of sedentary behaviors (SBs) on the mental health of older adults are scarce and their results inconclusive. Similarly, the association between specific types of recreational physical activity (rPA) and mental health in older adults is poorly understood.

Methods: In 2012 information on SBs, rPA and other health behaviors was collected with validated questionnaires from community-dwelling older adults participating in the Seniors-ENRICA cohort. In 2012 and 2015, symptoms of depression and mental distress were assessed using the GDS-10 and the GHQ-12, respectively.

Results: Time spent watching TV was prospectively associated with higher (worse) GDS-10 scores in women [β (95%CI) comparing the second and third tertiles of TV viewing to the first: 0.21 (-0.04 to 0.46) and 0.37 (0.13 to 0.62), respectively; p-trend: < 0.01], but not in men [-0.11 (-0.35 to 0.13) and -0.18 (-0.44 to 0.08); p-trend: 0.16]. Women, but not men, who spent more time in other SBs, including reading, using the computer and commuting, showed a lower number of depressive symptoms [-0.19 (-0.44 to 0.06) and -0.34 (-0.60 to -0.08); p-trend: 0.01] and lower (better) GHQ-12 scores [-0.33 (-0.67 to -0.00) and -0.35 (-0.69 to -0.00); p-trend: 0.05] at follow-up. In both sexes, higher levels of rPA, such as walking, practicing sports and do-it-yourself activities, were associated with lower GDS-10 scores [-0.07 (-0.25 to 0.11) and -0.19 (-0.36 to -0.01); p-trend: 0.04], and with lower GHQ-12 scores [-0.02 (-0.26 to 0.22) and -0.23 (-0.47 to -0.00); p-trend: 0.06].

Conclusions/Recommendations: Older women who spent more time watching TV and less time in other SBs showed a higher number of depressive symptoms. Data suggest that increasing rPA, may improve mental health in older adults, particularly among women.

Funding: FIS grants nos. 12/1166 and 16/609; MINECO R+D+I grant DEP2013-47786-R; the FRAILOMIC Initiative (European Union FP7 grant agreement 305483-2); ATHLOS project (European Union H2020 grant agreement 635316); and CIBERSP.

965. DESARROLLO DE MENSAJES MOTIVACIONALES PARA PROMOVER SUBIR ESCALERAS Y CONSUMIR ALIMENTOS SALUDABLES EN EL TRABAJO

A. Senye-Mir, A. Puig-Ribera, N. de Lara, F.F. Eves

Universitat de Vic-UCC; Agència de Salut Pública; University of Birmingham.

Antecedentes/Objetivos: La promoción de la actividad física y la alimentación saludable en contexto laboral son uno de los objetivos prioritarios para el abordaje del sobrepeso y la obesidad. La evidencia señala la eficacia de las intervenciones basadas en el uso de mensajes motivacionales para promover cambios en el comportamiento. No obstante, la efectividad de los mensajes depende de su adaptación a las características culturales y a los factores sociales de cada país. El objetivo de este estudio cualitativo fue desarrollar mensajes motivacionales dirigidos a la población trabajadora española para fomentar el uso de las escaleras en el trabajo y la elección de alimentos saludables.

Métodos: Se aplicó una metodología cualitativa. El estudio se compuso de dos fases. La primera fase exploró temáticas motivadoras mediante la realización de 14 grupos de discusión con población trabajadora: 8 (n = 38) para fomentar el uso de las escaleras en el trabajo y 6 (n = 30) para la elección de alimentos saludables. Todos los grupos de discusión fueron transcritos y se procedió a un análisis del contenido. En la segunda fase se crearon los mensajes (contenido y diseño) y se realizó su valoración. El contenido de los mensajes se creó y centró en las temáticas identificadas en la primera fase y así como se fundamentó con la evidencia científica. Simultáneamente un diseñador gráfico inició el proceso de diseño. Una vez fueron creados, se entrevistaron 5 personas (participantes de los grupos de discusión) con el fin de triangular la información y corroborar que los mensajes se ceñían a lo que se había expresado e identificado a partir de los grupos de discusión.

Resultados: La mayoría de los participantes destacaron como temáticas motivadoras para fomentar el uso de las escaleras el hecho de destacar que es una actividad que permite 1) mejorar la salud en general (a nivel cardiovascular), 2) ayuda a quemar calorías y 3) a ponerse en forma. Respecto a la elección de alimentos saludables, los participantes consideraron como temática motivadora la pérdida de peso, concretamente dando información de las calorías que contienen los alimentos y dando opciones de alimentos alternativos y más saludables. A partir de las temáticas identificadas, se crearon cuatro campañas de mensajes motivacionales para subir las escaleras y cuatro para escoger alimentos saludables.

Conclusiones/Recomendaciones: El desarrollo de mensajes motivacionales para fomentar el cambio de comportamiento requiere de un proceso de exploración, triangulación y validación para adecuar el contenido y diseño a las características de la población a la cual va dirigida. El proceso es complejo, aunque permite desarrollar una tipología de intervención de bajo coste y fácil implementación en contexto laboral.

Financiación: BUPA Foundation-The Medical Research Charity.

70. TIEMPO DE TELEVISIÓN EN ADOLESCENTES Y SU RELACIÓN CON LA PRÁCTICA DE EJERCICIO FÍSICO HABITUAL Y LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

I. Andrés García, M.E. Vázquez Fernández, A. Fierro Urruti, M. Alfaro González, M.F. Muñoz Moreno, V. Rubio González, B. Herrero Bregón, M.C. Salas Butrón, H. Bergaz Díez

Servicio de Medicina Preventiva y Salud Pública, Hospital Clínico Universitario de Valladolid; Gerencia de Atención Primaria Valladolid Oeste; Servicio de Pediatría, Hospital de Medina del Campo, Valladolid; Servicio de Urgencias, Hospital Universitario Río Hortega, Valladolid.