# Niets doen is ook iets doen

HANS VERHAGEN
BESTUURSLID, NEDERLANDSE ACADEMIE VAN VOEDINGSWETENSCHAPPEN
HOOFD, CENTRUM VOOR VOEDING EN GEZONDHEID, RIVM

Het boeiende van toegepast wetenschappelijk onderzoek is dat het raakt aan de maatschappij. In mijn eerdere leven als toxicoloog werd mij al geleerd dat het risicoanalyse-paradigma bestaat uit: risk assessment, risk management en risk communication. Ik heb dat eenvoudige schema vaak op het netvlies als een 'wetenschappelijk stuk' in een maatschappelijke context geplaatst wordt. Het geldt evenzeer in de voedingswetenschappen als in de toxicologie. Het toont waar de individuele rollen én verantwoordelijkheden liggen, en ophouden.

Het aanstaande vaststellen van voedingsprofielen door de Europese Commissie op basis van een EFSA-advies is een actueel voorbeeld. Risicoanalyse is echter geen sequentieel proces: de beleidsmaker en de wetenschapper dienen in samenspraak de vraag duidelijk te krijgen. Het antwoord kan namelijk nooit beter zijn dan de vraag die gesteld wordt. Niet iets over de schutting gooien dus, maar aanreiken, en ook op tijd loslaten.

Op basis van goed wetenschappelijk onderzoek kan een beleidsmedewerker of politicus beslissingen nemen, waarbij ook andere dan wetenschappelijke aspecten mee kunnen spelen. Recentelijk zijn er enkele wetenschappelijke voorbeelden gepubliceerd over voor- en nadelen van het al dan niet verrijken van voedingsmiddelen met micronutriënten (foliumzuur, selenium). Niet-verrijken is daarvan één van de scenario's, met evenzeer (negatieve/positieve) gevolgen voor de volksgezondheid als wel verrijken. "Niets doen is dus ook iets doen" of "elke keuze is een keuze", een aanvulling op "de gezonde keuze, de gemakkelijke keuze".

In dit nummer van Voeding Nu staan ook voorbeelden die vanuit deze optiek kunnen worden bekeken: Behoeft het negatieve beeld over transvetzuren een nuancering? Moeten we iets met acrylamide in voeding? Wat leidt de consument naar zijn/haar voedselkeuze? Moet de consument aan de food en/of aan de farma?

Ook de communicatie naar het grotere publiek dient zorgvuldig te gebeuren. Niet alles uitstorten over Nederland, waardoor men verdrinkt in de informatie. Op het gebied van voeding wordt er wel heel veel gecommuniceerd en zal de consument door de vele bomen het bos niet meer kunnen zien. Naar de buitenwereld is niet de wetenschap het doel, maar het informeren van het publiek. Of de keuze te maken dat niet te doen: niets doen is ook iets doen. De NAV kan hierin een rol spelen.