

## De flauwekulpsychologie van de DNA-cowboys

NRC Handelsblad 29-3-2019

Het bedrijf was onlangs met een fraaie stand present op de Negenmaandenbeurs: voor nog geen 70 euro zegt het allerlei leuke feitjes aan het DNA van baby's te kunnen ontfutselen. Met een wattenstaaf uit de DNA-kit verzamelen papa en mama wangslim bij hun kindje, dat sturen ze op naar het bedrijf en wat ze terugkrijgen is een heuse oorkonde plus onderzoeksrapport. Daarin staat of de baby het snelheidsgen bezit dat nodig is voor een wereldrecord op de 100 meter sprint. En of de baby lactose-intolerantie kan krijgen. En ook – meest interessant – of de baby zich later gaat manifesteren als een denker of een doener. Een denker of een doener? De website van het bedrijf legt uit dat dit te maken heeft met een stof in de hersenen die dopamine heet: “Mensen met meer dopamine zijn denkers, terwijl mensen met minder dopamine vaker doeners zijn.” Het bedrijf beweert samen te werken met universiteiten en gebruik te maken van de laatste wetenschappelijke inzichten. Precies daarom is het pas geleden trouwens weer gestopt met de DNA-kit voor baby's, ofschoon dit product toch werd genomineerd voor de *baby innovation award*. Maar volwassenen kunnen hun DNA wel nog gewoon insturen en dan kijkt de firma à raison van 179 euro of de klanten neigen tot overgewicht, of ze goed tegen alcohol kunnen, talent voor krachtsport hebben en nog zo wat dingen.

Er zijn steeds meer spelers op recreatieve DNA-markt. Een week of wat geleden las ik over een Nederlandse atlete die door een fabrikant van sportieve auto's werd uitgenodigd om een DNA-test te ondergaan. Het was een nogal warrig verhaal, maar zoals ik het begrijp, zat het zo: de atlete mocht een auto van de fabrikant leasen en moest daarvoor wel haar DNA laten doorvlooien bij een Rotterdamse firma. Die exercitie bracht aan het licht – houd je vast – dat de atlete een genetische aanleg heeft om grenzen te verleggen. Zij: “Erg interessant om nu te zien dat een deel van mijn succes genetisch te verklaren is.” In de gezamenlijke reclamecampagne van autofabrikant en DNA-firma kwam een professor in de genetica aan het woord die het allemaal reuze tof vond. De Rotterdamse firma kondigde aan bereid te zijn om ook voor andere liefhebbers van het automerk via een DNA-kit uit te vogelen of ze genetisch gezien open staan voor nieuwe dingen, controle willen hebben en ongedurig zijn.

Bij het bedrijf *Insightyou* dient de DNA-analyse een serieuzer doel: werknemers inzicht verschaffen in hun sterke en zwakke kanten. Die expertise wordt ook ingezet bij sollicitaties. Dan kan bijvoorbeeld aan het licht komen dat een kandidaat “veel behoefte heeft aan beloning”.

Waar ik versteld van sta is dat dit soort bedrijfjes zo makkelijk wegkomt met het vermarkten van gebakken lucht. Natuurlijk verschillen mensen in de mate waarin ze allerlei persoonlijkheidseigenschappen bezitten. En natuurlijk zijn zulke verschillen voor een deel genetisch verankerd. De

eigenschappen waar het dan om gaat, kennen we redelijk goed, maar zoiets als denker versus doener, de neiging om grenzen te verleggen of een diepgevoelde behoefte aan beloning hoort daar zeker niet bij. Het is uit de duim gezogen flauwekulpsychologie. Dat klanten enthousiast zijn over nonsens-analyses van hun fictieve persoonlijkheidseigenschappen staat in de literatuur te boek als het zogenaamde Barnum-effect. Barnum was een Amerikaanse circusdirecteur, die wist hoe je mensen kunt laten geloven in de vage duidingen van waarzegsters en piskijkers. Die kunst hebben de DNA-cowboys van hem afgekeken. Zeg tegen mensen dat ze “het moeilijk hebben met sommige tegenslagen, maar als het er echt op aankomt doorzetters zijn” en hele volksstammen zien het als rake typering van hun persoonlijkheid. Het Barnum-effect is deel van de amusementswaarde die dit type DNA-analyse nu eenmaal heeft. Ofschoon duur betaald, is het verder geen ramp. Waar ik me meer zorgen over maak, zijn de mogelijk averechtse gevolgen. Als de baby volgens de oorkonde een echte doener is, menen papa en mama dan dat er toch geen gymnasium inzit en gaan ze zich dienovereenkomstig gedragen? Als de DNA-kit de klant vertelt dat hij een genetische aanleg voor obesitas heeft, geeft hij dan elke lijnpoging op? Wordt de sollicitant die een genetisch bepaalde behoefte aan beloning krijgt aangewreven om die reden afgewezen? Over déze vragen had ik de jubelende professor in de genetica eens graag willen horen. Temeer omdat perverse effecten van windhandel in pseudodiagnostische technologie uit en te na

zijn beschreven in de medische literatuur. Een voorbeeld zijn apps die zogenaamd slaapkwaliteit meten en die sommige gebruikers zo uit de slaap kunnen gaan houden dat een ziekenhuisopname onvermijdelijk is.

Onder het mom van grote betrokkenheid bij 's mensen welzijn wordt er wat aangeklooid met DNA-tests. Die manier van grenzen verleggen zit vast ook heel diep in de genen.