

Guvernér DeSantis vyzývá velkou porotu, aby prošetřila vakcíny, protože na Floridě přibývá Covid-19

F forbes.com/sites/brucelee/2022/12/24/gov-desantis-questionable-call-for-grand-jury-to-investigate-pfizer-moderna-covid-19-vaccines

24. prosince 2022

Bruce Y. Lee

Hlavní přispěvatel 

Jsem spisovatel, novinář, profesor, systémový modelář, odborník na výpočetní a digitální zdraví, požírač avokáda a podnikatel, ne vždy v tomto pořadí.

2



Nový! Kliknutím na bublinu konverzace se do konverzace zapojíte

24. prosince 2022, 22:51 EST

- **f**
- 
- **in**



Floridský guvernér Ron DeSantis vyzval celostátní velkou porotu, aby prošetřila údajné „zločiny ... [+]

Getty Images

Vzhledem k tomu, že Florida zažívá vzestup v počtu případů Covid-19, guvernér Floridy Ron DeSantis (R) vyzval 13. prosince k nějaké akci. Byla to nová akce v boji proti těžkému akutnímu respiračnímu syndromu coronavirus 2 (SARS-CoV-2)? Nepřesně. Bylo to opatření, aby ministerstvo zdravotnictví Floridy aktualizovalo počet případů a úmrtí Covid-19 častěji než každé dva týdny? Ne. Místo toho na schůzce nazvané „kulatý stůl o odpovědnosti za vakcínu Covid-19 mRNA“ DeSantis vyzval celostátní velkou porotu, aby prošetřila údajné „zločiny a provinění“ kolem vakcín Pfizer-BioNTech a Moderna Covid-19 mRNA. Ano, slyšeli jste to správně. Vzhledem k tomu, že pandemie Covid-19 stále pokračuje, chtěl DeSantis utratit peníze daňových poplatníků na Floridě na zkoumání vakcín, které vědecké studie ukázaly jako účinné při ochraně proti Covid-19.[jak uvedl Steven Lemongello pro Orlando Sentinel](#) .

Vítejte na Floridě 2022. Toto je Florida, stát, který od začátku pandemie v roce 2020 zaznamenal 83 606 úmrtí souvisejících s Covid-19. Toto je Florida, která měla podle údajů od 9. prosince do 15. prosince 22 572 hlášených případů Covid-19. z floridského ministerstva zdravotnictví . Tento týdenní počet vzrostl oproti 19 931 případům z předchozího týdne (2. prosince až 8. prosince), což je naopak nárůst z 18 793 případů z týdne před tím (25. listopadu až 1. prosince). Toto je Florida , která zaznamenává nárůst případů Covid-19 těsně před prosincovou prázdninovou sezónou, kdy bude cestování pravděpodobně vysoké.

Zatímco jiné státy se rozhodovaly, zda vrátit požadavky na obličejové masky, DeSantis byl zaneprázdněn účastí na tomto „kulatém stole odpovědnosti za vakcínu Covid-19 mRNA“ a dělal další věci. Není to jako být stále uprostřed požáru a volat k prošetření hadic? Pokud má DeSantis skutečný zájem na dalším vyšetřování svých tvrzení o „zločinech a nepravostech“, jaká je současná naléhavost? Proč nespolupracovat s americkým Úřadem pro kontrolu potravin a léčiv (FDA), Centrem pro kontrolu a prevenci nemocí (CDC) a mnoha vědeckými odborníky, kteří se pravidelně zabývají dalšími případy provinění farmaceutických společností?

V článku z 15. prosince pro Vox Dylan Scott napsal, že DeSantis: „Od kterého se všeobecně očekává, že bude kandidovat na prezidenta v roce 2024, eskaluje svou kampaň za diskreditaci vakcín proti Covid-19, farmaceutických společností, které je vyrobily, a veřejnosti. zdravotnických úředníků a vládních představitelů, kteří naléhali na Američany, aby je získali.“ Gavin Yamey, MD, MPH, MA, Hymowitz profesor globálního zdraví a profesor veřejné politiky na Duke University, zahrnul tento citát do svého stanoviska nazvaného „Proč guvernér Floridy zesiluje svou antivakcinační rétoriku“, která byla zveřejněna . dne 23. prosince v BMJ .Yamey popsal „kulatý stůl o odpovědnosti za vakcínu Covid-19 mRNA“, který členové jeho vlády pomohli zorganizovat, jako „velmi viditelnou příležitost pro guvernéra, aby eskaloval svůj odpor k vakcínám proti covid-19“.



Všeobecně se očekává, že DeSantis (L) bude kandidovat na republikánskou nominaci na prezidenta USA proti ... [+]

Getty Images

Co mají oponující vakcíny proti Covid-19 společného s potenciálními politickými aspiracemi DeSantis? Yamey vysvětlil, že „prosazování skepse k očkování dobře hraje s konzervativní základnou, kterou bude muset získat, pokud má porazit Donalda Trumpa, aby se stal republikánským prezidentským kandidátem“. Podle Yameyho: „Prosazování poselství, že vládní očkovací kampaně – ve spojení se společnostmi – mají příliš velký dosah, bude pravděpodobně hrát dobře u voličů, kteří odmítají ‚velkou vládu‘.“ Yamey dodal, že „Toto poselství proti očkování také pomáhá odvádět pozornost od katastrofální výkon samotného guvernéra Floridy při odvracení úmrtí na covid-19.“

Yamey také odkazoval na tweet Olivera Johnsona, PhD, profesora teorie informace na Bristolské univerzitě, adresovaný DeSantisovi, který uvedl: „Pokud by Florida byla zemí, její úmrtnost na covid-19

(3 874 úmrtí na covid-19 na milion) dal by to na „10. nejhorší místo na světě, za Peru a různé východoevropské země, které byly napadeny před očkováním“:

Bylo to v reakci na tweet Desantis z 13. prosince, který tvrdil, že „Florida ponese lékařské zařízení k odpovědnosti“ :

- Vytvoření velké poroty, která bude zkoumat záběry mRNA a Big Pharma,
- Vyšetřování úmrtí souvisejících se srdcem vázaných na mRNA vakcínu
- Vytvoření výboru pro integritu veřejného zdraví, který bude dohlížet na zdravotnické zařízení“

Počkej co? Jaké konkrétní „lékařské zařízení“ měl DeSantis ve svém tweetu na mysli? Neexistuje jediné „lékařské zařízení“, které by rozhodlo, že vakcíny mRNA Covid-19 stojí za intervence. Místo toho různí vědci, kteří nebyli nijak spojeni s Pfizer nebo Moderna, po celém světě studovali tyto vakcíny různými způsoby. Přispěli k vědeckým důkazům zveřejněním studií, které jsou na PubMed k dispozici všem. Spíše než o jedinou studii se jedná o rostoucí sérii studií, které podpořily relativní účinnost a bezpečnost vakcín proti Covid-19. Studie také identifikovaly vedlejší účinky vakcín, které, i když jsou vzácné, si zasloužily další zkoumání. Od těchto aktivit neustoupili ani vědci po celém světě.

Příkladem vědecké studie byla studie publikovaná jako korespondence v *The Lancet Infectious Diseases* dne 7. října 2021 , která ukázala, co by se mohlo stát, kdyby Florida a Texas zvýšily svou proočkovanosť proti Covid-19 tak, aby odpovídala průměru ostatních států. Tým vedený Alison P Galvani, PhD, profesorkou epidemiologie na Yale University, odhadl, že takový nárůst mohl zabránit více než 26 000 případům Covid-19 a 1 200 úmrtím souvisejícím s Covid-19 v těchto dvou státech.

Pozval DeSantis odborníky jako Galvani a další skutečné vědce, jejichž práce nemusí nutně podporovat DeSantisovy názory, ke „kulatému stolu o odpovědnosti za vakcínu Covid-19 mRNA?“ Byl tento kulatý stůl apolitickým vědeckým setkáním? Nezdá se to tak. Spíše se zdá, že řečníci kulatého stolu byli vybíráni ručně, protože se nezdálo, že by seznam řečníků reprezentoval rozsah toho, co bylo publikováno ve vědecké literatuře. Ve skutečnosti se řečníci z velké části objevili těm, kteří podporují DeSantisův názor, jako je floridský všeobecný chirurg Joseph Ladapo, MD, PhD, který byl jmenován DeSantisem a již doporučil očkování zdravých dětí proti Covid-19, což je v rozporu s doporučeními CDC, [jak jsem se dříve věnoval Forbesu](#). Mezi řečníky byli také autoři Velké Barringtonské deklaraace, která prosadila formu strategie stádní imunity pro řešení Covid-19, [jak jsem informoval pro Forbes v říjnu 2020](#) . Pamatujte, že redakční rada *Los Angeles Times* [nazvala strategii imunity stáda jako přístup „nechat lidi zemřít“](#) .

Jednou z největších tragédií pandemie Covid-19 byla opět neustálá politizace pandemie a politik a intervencí Covid-19. Představte si, kolik životů by mohlo být zachráněno a jak velkému utrpení by se dalo předejít, kdyby se USA jednoduše řídily tím, co skuteční vědci a věda celou dobu říkali. Jistě, mRNA vakcíny Covid-19 nejsou dokonalé. Jistě, počáteční 90% účinnost uváděná společnostmi Pfizer-BioNTech a Moderna byla příliš optimistická. Jistě, mělo by být důkladněji prozkoumáno, jak Trumpova administrativa zařídila smlouvy se společnostmi Pfizer-BioNTech a Moderna. Tak určitě, bylo by pro společnosti Pfizer-BioNTech a Moderna lepší, kdyby zveřejnily své údaje z klinických studií vědecké komunitě a nechaly širokou vědeckou komunitu vyvodit závěry dříve, než farmaceutické společnosti vydají různé tiskové zprávy o výsledcích svých studií za poslední tři roky. . Jistě, farmaceutické společnosti by neměly vytvářet politiku veřejného zdraví. Jistě, vědci a lékařští odborníci by měli a zcela jistě budou pokračovat ve studiu mRNA vakcín Covid-19 a zveřejňovat svá zjištění v recenzované literatuře.

To vše by se ale nakonec nemělo řídit politickým programem. Místo toho by měla být vedena skutečnou vědou, skutečnými vědci a skutečnou vědeckou komunitou. A nejen někteří lidé, které si politik ručně vybral.

Sledujte mě na [Twitteru](#) nebo [LinkedIn](#) . Podívejte se na můj [web](#)



Bruce Y. Lee

Jsem spisovatel, novinář, profesor, systémový modelář, počítačový expert, expert na AI a digitální zdraví, lékař, požírač avokáda a podnikatel.

...

- Redakční standardy
- Tisk
- Dotisky a oprávnění



the-rock_forbes-1920-premium Michael Prince for Forbes

Natalie Robehmed

Forbes Staff

Forbes Digital Covers

Contributor Group ⓘ

Dwayne Johnson clenches his granite jaw as he squints into the distance. A bead of sweat drips down his forehead before he throws back his head in a belly-shaking laugh. It's a sweltering summer day in Atlanta, and The Rock is on set doing what The Rock does best. He licks his lips, delivers his lines with panache and swaggers his hulking 6-foot-5 frame out of the shot.

Johnson is rarely out of focus these days. In the last decade, the 46-year-old former professional wrestler has leveraged his indefatigable charm—the kind that drives him, only half-jokingly, to float himself as a potential presidential candidate—to become Hollywood's most bankable star. His acting earnings last year—the vast majority of his \$124 million haul—are the largest ever recorded in the 20 years *Forbes* has tracked the Celebrity 100 and nearly double the \$65 million he earned in 2017.

"The number one goal is to create stuff for the world," says Johnson, sitting in his air-conditioned trailer in a blue polka-dot shirt and jeans. In other words, ubiquity. Besides a stream of movies, there's his hit HBO series, *Ballers*, and one of the shrewdest strategies on social media. On Instagram, where he has more than 108 million followers, he delivers inspirational videos of himself talking directly to his iPhone, often in his traveling gym. Other posts—leveraging another 13 million Twitter followers and 58 million on Facebook—introduce movie trailers, show Johnson in development meetings and celebrate his "cheat day" pancake stack, all decorated with multiple hashtags and millions of likes.

How Dwayne Johnson Became The World's Biggest Star

WATCH

2:48

Now he's pioneering a new way to cash in on that digital fame. In addition to hefty \$20 million up-front paychecks and cuts of back-end studio profits—starting with July's *Skyscraper*, in which he plays a former FBI hostage-rescue leader—he'll insist on a separate seven-figure social media fee with every movie in which he appears, according to people familiar with his deals. In other words, rather than have studios dump money into TV ads or billboards, their new paid-marketing channel doubles as their marquee star.



"Skyscraper," which opens July 13, is Dwayne Johnson's fifth movie in the past 15 months, following the "Baywatch" and "Jumanji" reboots, the latest in the "The Fast and the Furious" series and "Rampage."

Evan Agostini/Invision/AP

"Social media has become the most critical element of marketing a movie for me," Johnson says. "I have established a social media equity with an audience around the world that there's a value in what I'm delivering to them."

Johnson still does the talk show circuit, the press tours and the other promotional duties expected of stars (especially when the real money comes from box-office back end). But in stipulating that social media channels are separate platforms that require separate fees, Johnson is attempting to set a Hollywood precedent.

For The Rock, at least, the studios seem to have accepted this arrangement: Promotional spending on a tentpole movie can climb above \$150 million and still not guarantee a blockbuster. A-list actors tapping their fan base augurs a cheaper, more targeted way for studios to promote a new movie.

"The star power that matters right now is the power of social media," says Paul Dergarabedian, a senior media analyst at ComScore. For now, The Rock is alone in demanding cash for social media on top of his contract. His *Central Intelligence* costar, Kevin Hart, pocketed \$2 million from Sony for tweeting about his own films and others years ago, but the scale of the comedian's overall paycheck is still dwarfed by Johnson's. In fact, studios now track social media following and engagement to make casting decisions.

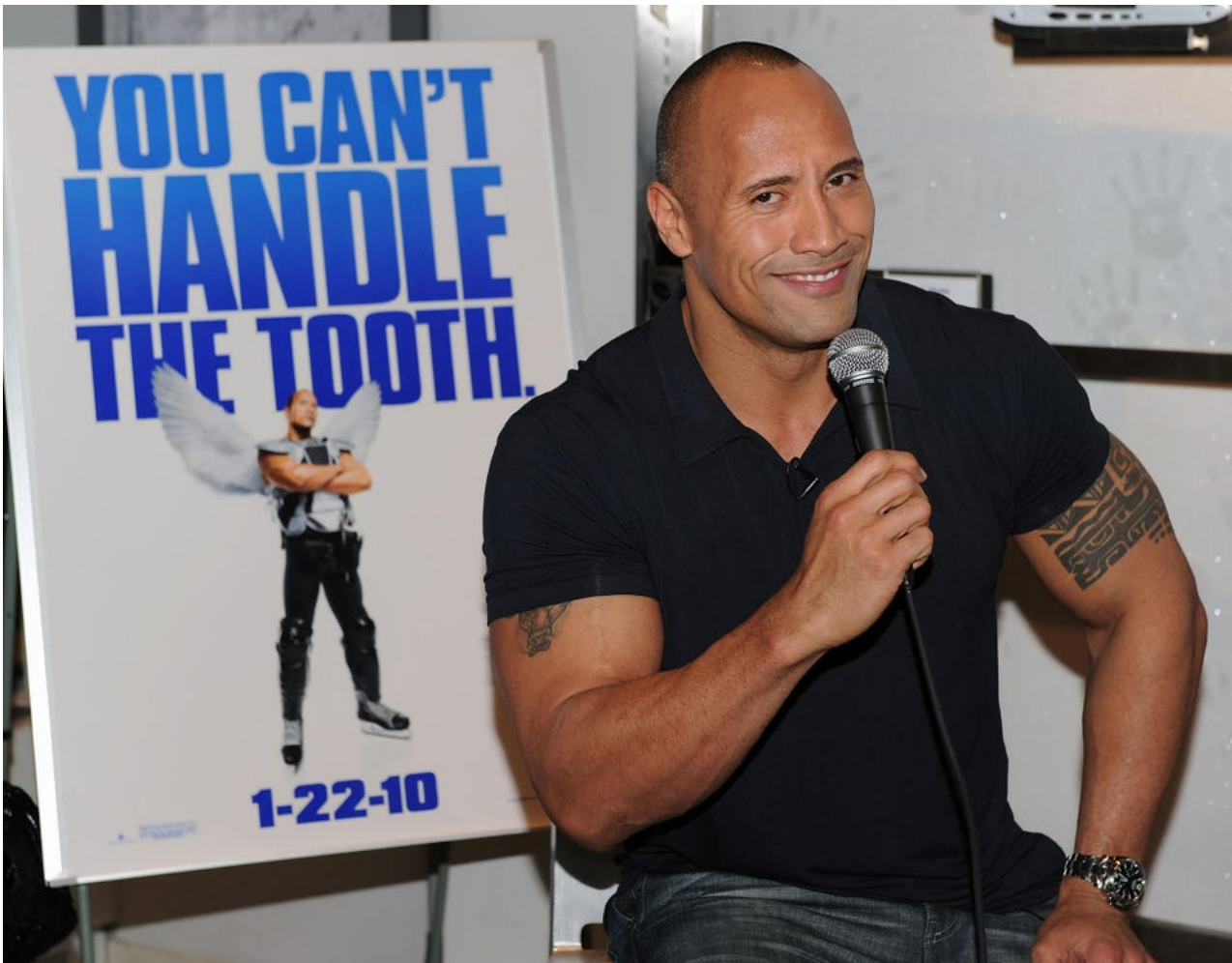
Johnson has always had engagement by the ton. He followed his father and grandfather into professional wrestling, borrowing a piece of his father's ring name, Rocky Johnson, to become The Rock—a sobriquet that encapsulates both his physique and his attitude.

A 2000 appearance on Saturday Night Live caught the eye of Universal executives, who gave him a cameo in *The Mummy Returns* in 2001. Impressed, the studio gave his tiny character its own spinoff, *The Scorpion King*, which went on to earn more than \$165 million worldwide on a \$60 million budget.

After a string of middling action movies and then three saccharine family movies (*Tooth Fairy*, anyone?), The Rock rebooted his career by doubling down on the brawn that first earned him a fan base. "My wrestling past has informed me in terms of having a real connection with an audience," he explains. "It has to be audience first. What does the audience want, and what is the best scenario that we can create that will send them home happy?"

Such a give-the-people-what-they-want philosophy may not win him Oscars, but it will make billions at the box office. According to analysts, Johnson has high appeal in all four quadrants tracked at the multiplex: male, female, over-25 and under-25.

For studios, he's a dependable hedge against a North American box office that dipped 2% in 2017 to \$11.1 billion. The international language of blowing stuff up doesn't require translation, and his forte



Despite critical disdain, Dwayne Johnson's "The Tooth Fairy" in 2010 still managed to do \$60 million at the box office.

2010 Getty Images

is exactly what sells abroad. (More than 64% of his box-office grosses come from international audiences.) Thanks to Johnson's mixed Samoan and African-American heritage, his melting-pot looks make him a local hero around the globe.

As Johnson succeeded, he upped his business game. Five years ago, with his ex-wife and manager, Dany Garcia, he launched Seven Bucks Productions, geared at transforming The Rock from an actor into an enterprise. When Johnson appears in a movie, the Seven Bucks creative, production and digital team of eight work on every element, from developing the script to aiding production and helping guide its promotional rollout. The company also runs a YouTube channel and creates mobile content for Johnson's social media platforms.

"Having a very large footprint helps us execute," says Garcia, a former wealth manager who also runs a talent-management firm while overseeing Seven Bucks Productions alongside Johnson. "We would never do anything half-assed."

The impact created extends to Johnson's endorsements, which include Apple and a recently concluded Ford partnership. With the addition of a former Droga5 executive, Seven Bucks Creative, a team of two, crafted Johnson's Project Rock campaign with Under Armour, in which Johnson has a bestselling apparel line and a new branded set of headphones.



Dwayne Johnson at his Forbes photo shoot.

Michael Prince for Forbes

The natural progression: projects where Johnson isn't necessarily front and center. "This is our next step," Garcia says. "Let's take ownership, develop properties and look into properties that we can retell." Over the next few years, Seven Bucks will roll out The Janson Directive, starring WWE colleague John Cena, and Shazam!, a superhero action adventure.

The name Seven Bucks is an inside joke, a reminder of a bleak period early in his career, when he was cut from the Canadian Football League and arrived broke in Tampa in October 1995.



Disney's "Moana" brought in almost \$240 million at the box office; Dwayne Johnson starred in the animated feature film as the demigod Maui.

2016 Getty Images

"I had a five, a one and change," he recalls of his net worth, adding that as an optimist, "I rounded up to seven."

Now his net worth is closer to \$165 million. It's a journey that, he claims, puts him right on time. "What I've learned from [Disney CEO] Bob Iger is when you're going to do something right with global appeal," Johnson says, "it's going to take time—a decade, two decades, possibly more." What will the next two decades look like? Fittingly, he speaks like a hashtag: "It's limitless."

Reach Natalie Robehmed at nrobehmed@forbes.com. Cover image by Michael Prince for Forbes.



Natalie Robehmed

I'm an associate editor at Forbes covering media and entertainment, with a focus on the movie business. For the magazine, I've written cover stories on ...