



MARIO TAMA/GETTY IMAGES

Présenté par Pfizer

Un secret pas si ouvert que ça en Amérique : les méga-corporations pharmaceutiques possèdent pratiquement les médias d'entreprise.

- Stephen Flurry
- [20/01/2022](#)

Le *Trumpet Daily* ne vous est pas « présenté par Pfizer ». Mais de nombreux programmes d'information américains le sont ! Vous regardez les nouvelles télévisées parrainées par Pfizer du matin au soir si vous faites partie des millions de personnes qui regardent *Good Morning America*, *Anderson Cooper 360°*, *CBS Health Watch*, *ABC News Nightline* ou *CNN Tonight*. Pfizer est l'un des principaux annonceurs de ces programmes et d'autres encore. C'est aussi l'une des trois sociétés qui produisent les vaccins COVID-19. Ces deux faits ne sont pas sans rapport.

Selon Forbes, pour chaque milliard de dollars que Pfizer consacre à la recherche et au développement, elle dépense environ 2 milliards de dollars en frais commerciaux, généraux et administratifs. Il est donc probable que Pfizer dépense beaucoup plus d'argent à promouvoir ses vaccins qu'à les faire fonctionner.

Bien sûr, cette multinationale de 42 milliards de dollars dispose d'un service de relations publiques bien rodé. Mais *Project Veritas* a piégé des scientifiques de Pfizer pour qu'ils admettent franchement, en caméra cachée, ce qui se passe dans les coulisses. Nick Karl, scientifique de Pfizer et développeur du vaccin contre la COVID, admit que les personnes qui contractent la maladie et produisent naturellement des anticorps ont une immunité naturelle qui est « meilleure à ce stade que la vaccination ».

Chris Croce, un scientifique associé de Pfizer, admit également qu'il savait que l'immunité naturelle offrait probablement une meilleure protection qu'un vaccin contre le COVID comme ceux que sa société vend. Il déclara que Pfizer cachait délibérément ce fait dans un but lucratif.

« J'ai toujours l'impression de travailler pour une société maléfique, parce que tout se résume aux profits à la fin », déclara Croce. « En fait, notre organisation fonctionne grâce à l'argent de la COVID maintenant. »

Les chercheurs de Pfizer savent que si l'on « suit la science », il n'y a aucune raison pour que les personnes qui ont déjà eu la COVID-19 se fassent vacciner. Pendant ce temps, la société dépense quand même 1,8 milliard de dollars en publicité, dont une grande partie dans les émissions de nouvelles.

De nombreux Américains semblent croire qu'il existe un mur éthique de séparation entre le gouvernement, les entreprises et les médias d'information. Mais les médias d'entreprise ne « suivent pas la science » de même qu'ils ne « suivent pas l'histoire ». Plutôt que d'envoyer des journalistes d'investigation poser des questions à Pfizer, par exemple, les responsables de l'information aident Pfizer. Pourquoi ? Parce qu'ils « vous [sont] présentés par Pfizer ». C'est un secret assez bien gardé en Amérique que les grandes sociétés pharmaceutiques possèdent pratiquement les médias d'entreprise. Par exemple, une étude réalisée en 2009 par *Fairness and Accuracy in Reporting* [L'équité et l'exactitude des reportages] révéla que tous les grands médias des États-Unis, à l'exception de CBS, partageaient au moins un membre de leur conseil d'administration avec une grande société pharmaceutique. Cela signifie que les médias d'entreprise ne peuvent pas être honnêtes et objectifs à l'égard des grandes entreprises pharmaceutiques, car ces dernières paient leurs factures et contrôlent partiellement leurs conseils d'administration.

Un rapport d'enquête publié par l'équipe de défense de la santé des enfants indique que les sociétés pharmaceutiques géantes et les médias d'entreprise sont en grande partie détenus par deux sociétés de gestion d'actifs seulement : *BlackRock* et *Vanguard*. Ces deux sociétés exercent une influence considérable sur les dirigeants d'entreprise, y compris les directeurs de l'information et les politiciens nationaux. Au moins trois anciens cadres de *BlackRock* occupent des postes importants dans l'administration Biden, y compris l'actuel directeur du Conseil économique national.

Les marques de médias comme CNN et ABC (et les marques médicales comme Pfizer et Moderna) ne sont pas de véritables concurrents commerciaux. Leurs actions sont détenues par les mêmes sociétés d'investissement, banques et gouvernements. Les dirigeants pharmaceutiques fabriquent des vaccins. Les journalistes nous disent à quel point ils sont merveilleux. Les politiciens nous obligent à les prendre. Le même groupe d'élites réalise les profits, car c'est le même groupe qui dirige une grande partie de Pfizer, CNN et le gouvernement.

En plus des 1,8 milliard de dollars que Pfizer dépensa en publicité en 2020, elle dépensa également 3,7 millions de dollars, officiellement, pour faire pression sur les politiciens afin d'obtenir des faveurs politiques. Cela fait de Pfizer le deuxième plus grand dépensier en lobbying de son secteur, juste après *Pharmaceutical Research and Manufacturers of America* [Recherche et fabricants de produits pharmaceutiques d'Amérique]. Pas étonnant que tant de membres du Congrès, comme le sénateur Lindsey Graham, soient favorables au vaccin. Lors de la dernière élection, Pfizer versa 434,800 dollars aux démocrates du Congrès et 478,386 dollars aux républicains du Congrès. Comme les journalistes des émissions de nouvelles, beaucoup de nos législateurs élus nous sont présentés par Pfizer.

Combien de journalistes d'entreprise et de politiciens de Washington vont dénoncer Pfizer pour avoir secrètement utilisé des cellules de bébés avortés dans leurs recherches sur les vaccins, par exemple, alors que ces mêmes journalistes et politiciens profitent de Pfizer ? En 2021, Pfizer prévoit 26 milliards de dollars, uniquement pour les ventes de vaccins contre la COVID. Une grande partie de cet argent ira dans les poches des politiciens du Capitole et des cadres des bureaux de *BlackRock*, *CBS Entertainment Group*, *Disney General Entertainment Content* et *WarnerMedia*.

Beaucoup plus de gens que Chris Croce vivent de l'argent de la COVID. Les élites américaines du monde des affaires, de la technologie et des médias tirent de gros profits du vaccin COVID. Elles ne se soucient pas des 17,128 décès dus au vaccin signalés aux Centres de contrôle et de prévention des maladies, ni des preuves que l'immunité naturelle est meilleure que la vaccination. Ce ne sont que des obstacles que son modèle économique va franchir. L'idole servie par ces aristocrates du 21^e siècle est le profit.

Que se passe-t-il maintenant ? À quoi pouvons-nous nous attendre lorsque les affaires, l'information et la politique nous sont toutes « présentées par Pfizer » ?

La Bible nous le montre. Notre société actuelle correspond directement à une période de l'histoire de nos ancêtres dans l'ancien Israël. Les dirigeants devinrent ouvertement, lâchement cupides, donnant la priorité à leurs intérêts égoïstes, s'enrichissant et affligeant le peuple. Cette histoire est relatée dans Amos 6 : 1-6. Ces gens « éloignaient le jour du malheur », se concentrant sur leur style de vie somptueux et présumant qu'il durerait le reste de leur vie. Mais Dieu les avertit par Amos que leur nation serait attaquée et que ces élites seraient les premières à en souffrir !

Aujourd'hui, cette même attitude infecte l'Amérique, surtout parmi la classe qui vend des mensonges et des vaccins pour le profit. Aveuglés par l'appât du gain, ils se nourrissent frénétiquement des richesses qu'il est possible d'obtenir, nuisant à l'ensemble de la nation et ignorant totalement les menaces extérieures. Donald Trump s'est efforcé de contrôler l'establishment politique et de lutter pour le bien-être des Américains ordinaires. Mon père, le rédacteur en chef de la *Trompette*, Gerald Flurry, a prophétisé que la Bible montre que le président Trump revient. Mais son deuxième effort pour rendre l'Amérique grande à nouveau sera de courte durée si les Américains ne s'attaquent pas à la cause sous-jacente de la maladie de cette nation et ne se repentent pas de leurs péchés contre Dieu.

Mon père a expliqué que Donald Trump est le type moderne du roi Jéroboam II de l'Israël antique. Dieu utilisa ce roi, même s'il ne se repentit pas, pour sauver la nation de la destruction—mais ce sauvetage fut temporaire (voir 2 Rois 14 : 27). Il utilise le président Trump aujourd'hui dans le même but. Et il utilise la *Trompette* pour délivrer le même avertissement à l'Amérique qu'Amos délivra à nos ancêtres : « Je ne passerai plus devant eux » (Amos 7 : 8—selon la version *King James*).

Dieu expose la corruption pour nous réveiller et nous inciter à admettre nos péchés et à changer. C'est la dernière chance de l'Amérique de se repentir. C'est *notre* dernière chance de vous repentir.

Demandez votre exemplaire gratuit de [La repentance envers Dieu](#), de Gerald Flurry.

