

**[2008] S.Parasie, « Une critique désarmée. Le tournant publicitaire dans la France des années 1980 », *Réseaux*, n°150.**

Alors qu'intellectuels et militants consacrent une part importante de leurs efforts à critiquer la publicité dans les années 1970, les relais publics d'une critique publicitaire disparaissent brutalement au cours de la première moitié des années 1980. En examinant le cas des associations de consommateurs, cet article propose d'expliquer ce reflux en prêtant attention aux constructions normatives sur lesquelles s'appuient les critiques consuméristes de la publicité. Il montre qu'à la suite des transformations techniques, culturelles et professionnelles qui affectent la publicité dans les années 1980, et de leur traduction dans l'arène judiciaire, les militants consuméristes voient brutalement s'effriter les prises critiques qu'ils avaient élaborées au cours des années 1970.