

**ÉPREUVE MUTUALISÉE AVEC E3A-POLYTECH**  
**ÉPREUVE COMMUNE - FILIÈRES MP - MPI - PC - PSI - TPC - TSI**

---

**LANGUE VIVANTE B**  
**ANGLAIS - ESPAGNOL**

L'épreuve de langue vivante B est obligatoire pour Lorraine INP - EEIGM (filières MP, PC et PSI)

**Durée : 1 heure**

---

**RAPPEL DES CONSIGNES**

- Utiliser uniquement un stylo ou un feutre noir
  - N.B. : si un candidat croit repérer ce qui paraît être une erreur d'énoncé, il le signalera par écrit :
    - en cochant la case 40 A (1<sup>re</sup> ligne) ;
    - en expliquant au verso de la grille réponse les raisons des initiatives qu'il a été amené à prendre et poursuivra normalement son épreuve.
- 

**L'usage d'un dictionnaire et de machines (traductrice, calculatrice, etc.) est strictement interdit.**

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

### Définition et barème

QCM en trois parties avec quatre propositions de réponse par item.

- |      |                           |                             |
|------|---------------------------|-----------------------------|
| I.   | Compréhension :           | 12 items (10 points sur 20) |
| II.  | Lexique :                 | 12 items (5 points sur 20)  |
| III. | Compétence grammaticale : | 15 items (5 points sur 20)  |

Réponse juste : + 3

Pas de réponse : 0

Réponse fautive ou réponses multiples : - 1

### Instructions

Lisez le texte et répondez ensuite aux 39 questions.

Choisissez parmi les quatre propositions de réponse (A, B, C ou D) celle qui vous paraît la mieux adaptée. Il n'y a qu'une seule réponse possible pour chaque item.

Reportez votre choix sur la feuille de réponse.

### Index " alphabétique "

Anglais : pages 2 à 5

Espagnol : pages 6 à 11

# ANGLAIS

## Climate change: Can an enormous seaweed farm help curb it?

Imagine a huge seaweed farm the size of Croatia floating in the South Atlantic between Africa and South America. Spinning in a natural ocean eddy, it sucks a billion tonnes of carbon out of the atmosphere every year and sinks it to the ocean floor out of harm's way. Far-fetched? Maybe. But a British businessman plans to have this up and running by 2026.

- 5 Scientists say reducing the world's emissions probably won't be enough and that carbon capture will be crucial to limiting global warming. But carbon capture schemes have so far been relatively low-scale and seen limited success. If they are going to work, they need to be bold, big, and attractive to investors. Businessman John Auckland believes he has just such an idea. He wants to exploit what he calls "the wondrous properties" of the floating seaweed sargassum. He's confident his Seafields floating farm will draw sufficient CO<sub>2</sub> from the air to moderate the effects of climate change, while also earning its backers carbon credits.
- 10

- At 55,000 sq km (21,200 sq miles) Auckland is thinking big. It needs to be vast to put a dent in the fifty gigatonnes of carbon dioxide we pump into the atmosphere every year. A gigatonne is a billion tonnes: the amount of carbon Auckland's mega-farm aims to capture annually. The project is currently road-testing its technology in the Caribbean and Mexico, and is inspired by the ideas of Prof Victor Smetacek, a marine biologist. Described by Seafields as their Scientific Founder, he has long been fascinated by the potential to grow seaweed in enormous rotating ocean currents known as gyres. "They collect all kinds of stuff in the middle," he says. "The best known examples, of course, are the plastic garbage that is accumulating in the middle of the subtropical gyres."
- 15
- 20

- In the same way these giant eddies trap islands of floating plastics, Seafields plans to hem in its crop of sargassum. "The gyre just stops the sargassum from escaping," explains John Auckland. "As long as we create the right conditions for it, it will only grow there. If any escapes from our farm, it will just die off or just fail to continue growing." He had better be right. Sargassum has plagued the Caribbean's tourism industry for decades. When it washes up on the coast, its rot gives off a foul stench. Not the best setting for relaxing on a beach towel.
- 25

- But Seafields is confident this will not happen with their seaweed. It says any that escapes from the farm should be starved the nutrients the team plans to syphon up from the ocean depths to feed their crop. Because of evaporation from the subtropical sun beating down on it all day, the surface water trapped in gyres is very salty and low in nutrients. It is why Prof Smetacek calls gyres "the oceans' deserts". Yet, as these deserts slowly turn, they glide over a colder, nutrient rich ocean layer that the professor wants to draw to the surface to sustain the sargassum. "If you were to connect the nutrient rich, deep water with pipes," explains Prof Smetacek, "bring that water up from the bottom and let it warm up, then it will flow up by itself and continue flowing forever."
- 30
- 35

- The team is testing their technology in early 2023. It will be a nail-biter. While first theorised back in 1956, the salt fountain has successfully been recreated, but nowhere near the enormous scale Seafields plans. If the salt fountain does work to scale, Prof Smetacek predicts a bumper crop of sargassum. "They have enormous growth rates. They double their biomass every 10 days," he says. "The good thing about seaweed is that you can harvest it with a combine harvester."
- 40

- Prof Smetacek envisages floating harvesters will bale the crop up and then send it down to the inert depths of the sea floor, where there is so little oxygen the bales will not rot. The carbon they contain will remain fixed in the seaweed's structure. Tests are ongoing, but the team envisages they can sequester captured carbon for hundreds, perhaps thousands of years.
- 45

Seafields' financial backers hope sargassum will float money their way too. They plan to sell credits for captured carbon on the world's carbon markets. These credits allow businesses like airlines that cannot easily cut their emissions, to buy up carbon reductions made elsewhere. Carbon market critics complain the onward rush to monetise CO2 capture has led to backers overselling technologies that eventually fall short of their stated aims. Which begs the question: will Seafields' promising plan in the laboratory actually work when released into the wild?

Adapted from *BBC News*  
16 October 2022

## I. COMPRÉHENSION

*Choisissez la réponse qui vous paraît la plus adéquate en fonction du sens du texte.*

1. From line 1 to line 4, it should be understood that the British businessman's plan is to:
  - (A) send a billion tonnes of carbon into the air.
  - (B) dump tonnes of carbon into the sea.
  - (C) extract heavy amounts of CO2 from the ocean.
  - (D) study the carbon floating over the ocean.
2. From line 5 to line 11, it should be understood that in the fight against global warming, investors:
  - (A) are always ready to help.
  - (B) need some incentives.
  - (C) have never felt concerned.
  - (D) are not interested in carbon credits.
3. From line 12 to line 20, it should be understood that Auckland's mega-farm:
  - (A) captures 50 yearly gigatonnes of carbon.
  - (B) sends tonnes of carbon into the air.
  - (C) aims at pumping a gigatonne of CO2 from the atmosphere every year.
  - (D) will soon stop polluting the air.
4. From line 12 to line 20, it should be understood that the floating farm:
  - (A) will be tested in Mexico only.
  - (B) will also be implemented in Europe.
  - (C) will not work in the Caribbean.
  - (D) will first be settled in Mexico and the Caribbean.
5. From line 21 to 26, it should be understood that:
  - (A) Sargassum destroys the plastic waste.
  - (B) Seafields' aim is to capture as much sargassum as possible.
  - (C) The team wants to send sargassum into the air.
  - (D) Sargassum will never escape from the farm.
6. From line 21 to line 26, it should be understood that:
  - (A) Tourists are fond of sargassum.
  - (B) Sargassum never lands on the beaches.
  - (C) Sargassum spoils the Caribbean beaches.
  - (D) Lying on sargassum is relaxing.
7. From line 27 to line 35, it should be understood that:
  - (A) The seaweed escaping from the farm is full of nutrients.
  - (B) The nutrients will be extracted from the seaweed before it escapes.
  - (C) The team will add nutrients to the seaweed.
  - (D) The ocean seaweeds contain no nutrients.
8. From line 27 to line 35, it should be understood that:
  - (A) The hot sun increases the amount of nutrients in water.
  - (B) There are no nutrients at the very bottom of the sea.
  - (C) The ocean surface is full of nutrients.
  - (D) There are more nutrients in the ocean depths.
9. From line 36 to line 41, it should be understood that:
  - (A) The idea of the salt fountain was born in 1956.
  - (B) Seafields' project was stopped in 1956.
  - (C) Seafields started their project in 1956.
  - (D) The salt fountain has remained theoretical so far.
10. From line 36 to line 41, it should be understood that:
  - (A) The team will drop the project if it doesn't work.
  - (B) Professor Smetacek is rather optimistic.
  - (C) The professor is a bit pessimistic.
  - (D) Another project is under way.

11. From line 42 to line 45, it should be understood that:
- (A) Too much oxygen damages sargassum.
  - (B) The team will extract the oxygen from sargassum.
  - (C) They will try to maintain a pretty high amount of oxygen in it.
  - (D) Sargassum needs a lot of oxygen to live.

12. From line 46 to line 51, it should be understood that the project's hypothetical success:
- (A) may reinforce an ongoing controversy.
  - (B) may not lead to a high return on investment.
  - (C) may fail to attract enough investors.
  - (D) may prove useless for airline companies.

## II. LEXIQUE

*Choisissez la réponse qui vous paraît la plus appropriée en fonction du contexte.*

13. eddy (line 2) means:

- (A) space
- (B) whirlpool
- (C) depth
- (D) fauna

14. backers (line 11) means:

- (A) sponsors
- (B) detractors
- (C) owners
- (D) farmers

15. put a dent in (line 12) means:

- (A) put an end to
- (B) increase
- (C) combat
- (D) reduce

16. gyres (line 20) means:

- (A) seas
- (B) oceans
- (C) spirals
- (D) islands

17. hem in (line 21) means:

- (A) bring back
- (B) lower
- (C) confine
- (D) increase

18. plagued (line 25) means:

- (A) helped
- (B) questioned
- (C) disrupted
- (D) modernised

19. foul (line 26) means:

- (A) lovely
- (B) mad
- (C) disgusting
- (D) harmless

20. stench (line 26) means:

- (A) smell
- (B) rubbish
- (C) barrier
- (D) powder

21. bumper (line 38) means:

- (A) approximate
- (B) uncertain
- (C) equal
- (D) exceptional

22. harvest (line 40) means:

- (A) evaluate
- (B) collect
- (C) measure
- (D) destroy

23. bale up (line 42) means:

- (A) clean up
- (B) scatter
- (C) gather
- (D) dissolve

24. released (line 51) means:

- (A) confined
- (B) restored
- (C) launched
- (D) blended

### III. COMPÉTENCE GRAMMATICALE

*Choisissez la réponse adéquate.*

25. If you .... about it earlier, you .... many mistakes.  
(A) had thought / would avoid  
(B) have thought / would avoid  
(C) think / would have avoided  
(D) had thought / would have avoided
26. The project .... succeeded  
(A) is said to have  
(B) said to  
(C) was said to  
(D) is said to
27. ...., .... oxygen.  
(A) The more you go deep, the fewer  
(B) The deeper you go, the less  
(C) The deeper you go, less  
(D) Deeper you go, fewer
28. They were .... the experiment.  
(A) advised stop  
(B) advised to stop  
(C) advised they stop  
(D) advised they stopped
29. Scientists .... long warned against climate change.  
(A) have  
(B) did  
(C) do  
(D) are
30. They .... invest less money in the project.  
(A) would better  
(B) had better  
(C) better  
(D) have better
31. .... dollars are necessary to build the farm.  
(A) Billions  
(B) Billion  
(C) A billion of  
(D) Billions of
32. When they .... the current project, they will start a new one.  
(A) will finish  
(B) finished  
(C) had finished  
(D) finish
33. They keep .... the scheme.  
(A) to improve  
(B) improving  
(C) have improved  
(D) improved
34. We .... insist on the flaws.  
(A) would rather not  
(B) would not rather  
(C) would rather to not  
(D) wouldn't rather to
35. They .... a global survey two months ago.  
(A) undertook  
(B) have undertaken  
(C) did undertake  
(D) have undertaken
36. .... you ever .... of the impact on the planet?  
(A) Had / think  
(B) Have / think  
(C) Would / thought  
(D) Have / thought
37. .... help, please tell us.  
(A) Should you need  
(B) If you should need  
(C) If you should have need  
(D) Should you needed
38. .... measure they take, it will never work.  
(A) However  
(B) Whenever  
(C) Whatever  
(D) Whoever
39. Too .... energy is needed to run this farm.  
(A) many  
(B) much  
(C) more  
(D) few

**FIN**

# ESPAÑOL

## EL LAVADO VERDE

En el año 1986 el activista Jay Westerveld empleó por primera vez el término inglés *greenwashing* (lavado verde). La expresión se refiere a la práctica de promover falsamente los esfuerzos ambientales de una organización respecto a sus reales estrategias, metas, motivaciones y acciones. Westerveld denunciaba que la industria hotelera promovía la reutilización de toallas como parte de su estrategia ambiental cuando en realidad dicho plan era diseñado tan solo como una medida de ahorro de costes.

Desde entonces los planes bajo las siglas inglesas ESG (medio ambiente, políticas sociales y gobierno corporativo) están a la orden del día de las compañías, que han entendido que lo sostenible es también rentable. Sin embargo, el riesgo de que las políticas verdes no correspondan a la realidad sigue existiendo. La diferencia es que ahora, gracias a las redes sociales, es posible hasta medirlo. Un reciente estudio de la Universidad de Harvard ha revelado cómo las mayores firmas mundiales del sector del petróleo, del gas, de la aviación y de la automoción utilizan las redes para promover falsos compromisos ambientales y distraer la atención del público sobre la crisis climática. Tras analizar más de 2.300 publicaciones en Twitter, Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, el estudio destaca que solo muy pocos mensajes hacen referencia explícita a la crisis climática, mientras que dos tercios de los posts emitidos (67%) fueron clasificados como *greenwashing*.

“Las redes sociales son la nueva frontera del engaño y de los intentos de retrasar la acción contra la crisis climática. Nuestros resultados muestran que, mientras Europa vivía el verano más caluroso jamás registrado, algunas de las empresas más responsables del calentamiento global evitaban hablar de la crisis climática y, en cambio, utilizaban las redes sociales para posicionarse estratégicamente como marcas sostenibles, innovadoras y con conciencia social”, comenta Geoffrey Supran, investigador asociado en la Universidad de Harvard y autor principal del estudio.

Algún ejemplo. Pese a la histórica sequía en Europa, casi ninguna de las compañías hizo referencia en los últimos meses al problema del cambio climático. Eso sí, la gran mayoría de estas empresas celebran su supuesta “innovación verde” mientras su negocio principal, de altas emisiones, representa una mínima parte de su comunicación.

Además, uno de cada cinco mensajes utiliza temas como el deporte, la moda o causas sociales para distraer la atención del público de las responsabilidades climáticas de las empresas”. También muchos de estos comunicados hacen prueba de cinismo porque cuando se habla de sostenibilidad, a menudo trasladan hacia el cliente esta carga más que a la empresa misma (bajo forma de invitaciones a sus clientes para ahorrar en consumo, a viajar de forma más eficiente y reconfigurar los hábitos).

Cada sector tiene su propia estrategia: las aerolíneas suelen apropiarse de elementos de la naturaleza presentes en algunos de sus destinos para *lavar* su negocio o incluso hacen referencia a aparatos eficientes cuando “estas soluciones tecnológicas son todavía incipientes o limitadas”. En el 2019, las mayores aerolíneas fueron responsables de 170 millones de toneladas de gases de efecto invernadero, el equivalente a más de la mitad de las emisiones de toda España en un año.

Los fabricantes de coches lo apuestan todo al vehículo eléctrico e híbrido, sin mencionar que la fabricación de estos coches todavía contamina y que el transporte sigue siendo responsable de cerca de 1/4 de las emisiones de CO<sub>2</sub> en la UE (2019), de las cuales el 71,7% proviene de la movilidad por carretera. En su comunicación, el 80% de los fabricantes se limita a dar un toque verde a la marca.

En cuanto a las firmas energéticas, predominan las alusiones a las renovables (solar, eólica) junto a bellezas de la naturaleza, un cierto optimismo tecnológico sobre la capacidad de rebajar la contaminación y la mención a soluciones todavía de alcance muy limitado (biocarburantes, hidrógeno, etcétera).

- 50 En la práctica, estas empresas fósiles entre el 2010 y el 2018 invirtieron solo el 1,7% de su gasto de capital anual en tecnologías bajas en carbono. Recientemente las cosas han mejorado. En el primer semestre de este año este porcentaje subió hasta el 3,2% del total, pero sigue siendo una parte minoritaria. “Estas compañías fósiles se presentan públicamente como organizaciones verdes, innovadoras, solidarias, dejando de lado que sus negocios principales contribuyen a alimentar la crisis climática”, denuncia el informe.
- 55

La acción del *greenwashing*, sin ser ilegal, se mueve en la difuminada frontera de la publicidad, del *branding* y de la promoción comercial.

El problema es que los criterios que deberían definir cuándo una empresa es sostenible tampoco están muy claros. Dos casos extremos ayudan a entender las opciones posibles.

- 60 Uno es el de TotalEnergies. Una investigación en el 2021 de Global Environmental Change demostró que la empresa estaba al corriente de los efectos devastadores de la industria fósil sobre el clima desde 1971, pero que mantuvo el silencio sobre ello. Ahora, muchos años después, la firma ha dado un giro hacia la sostenibilidad.

- 65 El caso opuesto es el de la empresa de ropa Patagonia, desde su origen comprometida con el medio ambiente y que destina a la causa medioambiental parte de sus beneficios. Hace pocas semanas el fundador, Yvon Chouinard, dejó las acciones de su empresa a un trust para luchar contra el cambio climático. Una operación limpia, sin necesidad de lavado.

Adaptado de *Las empresas lavan su imagen para parecer más verdes*, Piergiorgio M. Sandri, 16/10/2022, lavanguardia.com, Barcelona

## I. COMPRÉHENSION

*Choisissez la réponse qui vous paraît la plus adéquate en fonction du sens du texte.*

- |   |  |
|---|--|
| <p>1. (líneas 1-6) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es <b>verdadera</b>?<br/>Según Jay Westerveld ...</p> <p>(A) ... aunque la industria hotelera pretendía incrementar sus beneficios, su verdadera meta era la sostenibilidad.</p> <p>(B) ... el objetivo de la industria hotelera no era ahorrar costes sino preservar el medio ambiente.</p> <p>(C) ... el verdadero fin de la industria hotelera era ahorrar toallas.</p> <p>(D) ... el verdadero objetivo de la reutilización de toallas en la industria hotelera era aumentar la rentabilidad.</p> | <p>2. (líneas 7-17) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es <b>verdadera</b>?:</p> <p>(A) Las grandes compañías están cada día más implicadas con el medio ambiente.</p> <p>(B) Muchas grandes compañías tan solo aparentan estar cada día más implicadas con el medio ambiente.</p> <p>(C) El compromiso de las grandes compañías con el medio ambiente es cada día mayor.</p> <p>(D) Numerosas grandes compañías miden el impacto ambiental de sus políticas verdes.</p> |
|---|--|

3. (líneas 7-17) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?:
- (A) En sus publicaciones en las redes, las mayores firmas mundiales hacen públicas promesas ambientales engañosas.
  - (B) En sus publicaciones en las redes, las mayores firmas mundiales prefieren evitar el tema de la crisis climática.
  - (C) En sus publicaciones en las redes, las mayores firmas mundiales incitan a otras empresas a emprender acciones para limitar los efectos de la crisis climática.
  - (D) En sus publicaciones en las redes, las mayores firmas mundiales proclaman un compromiso ambiental que no concuerda con los hechos.
4. (líneas 18-24) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **verdadera**?:  
Durante el verano más caluroso jamás registrado en Europa ...
- (A) ... las redes sociales favorecieron la implicación de numerosas grandes empresas responsables del calentamiento global en su camino hacia la sostenibilidad.
  - (B) ... en las redes sociales se acusó a algunas grandes empresas responsables del calentamiento global de no ser realmente sostenibles, innovadoras y con conciencia social.
  - (C) ... algunas grandes empresas responsables del calentamiento global negaron en las redes sociales estar implicadas en la lucha contra el cambio climático.
  - (D) ... algunas de las grandes empresas responsables del calentamiento global prefirieron eludir en las redes sociales su responsabilidad en éste.
5. (líneas 25-28) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **verdadera**?:  
Tras la última gran sequía en Europa...
- (A) ... la comunicación de las compañías sobre el cambio climático fue casi inexistente.
  - (B) ... la mayoría de las compañías celebraron que en su actividad principal se invierta en la "innovación verde".
  - (C) ... la mayoría de las compañías comunicó sobre cómo sus programas de "innovación verde", permitirán reducir las emisiones de su actividad principal.
  - (D) ... se ha iniciado un giro notable hacia la "innovación verde" en la actividad principal de la mayoría de las compañías.
6. (líneas 29-34) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?:
- (A) Es corriente que las empresas eludan su responsabilidad en la crisis climática haciéndola recaer en el ciudadano.
  - (B) Las empresas asumen plenamente su responsabilidad en la crisis climática pero consideran que los clientes también tienen que actuar.
  - (C) Algunas empresas, con su política de comunicación buscan formas de desviar el interés de la gente hacia temas menos problemáticos que la crisis climática.
  - (D) Es evidente que el discurso de las empresas sobre la sostenibilidad corresponde más a una estrategia de comunicación que a una verdadera intención de actuar en ese sentido.
7. (líneas 35-40) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?:  
Las aerolíneas...
- (A) ... dan a entender que con el progreso tecnológico cesarán los efectos nocivos del transporte aéreo.
  - (B) ... tienden a silenciar los efectos nocivos del transporte aéreo y a poner de relieve aspectos agradables e intrascendentes de sus destinos.
  - (C) ... han demostrado que ya existen soluciones tecnológicas que en un futuro cercano les permitirán reducir las emisiones.
  - (D) ... presentan como indiscutibles avances tecnológicos aún inciertos.
8. (líneas 41-45) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?:
- (A) Los fabricantes de coches elogian sus vehículos eléctricos e híbridos pero omiten decir que la categoría de los automóviles es de las más contaminantes.
  - (B) Con la fabricación de coches eléctricos e híbridos las empresas automovilísticas están a la vanguardia de la lucha contra las emisiones de CO<sub>2</sub>.
  - (C) Numerosas empresas de fabricación de coches retocan su imagen para parecer más verdes de lo que son.
  - (D) Numerosas empresas de fabricación de coches evitan mencionar que hoy en día éstos constituyen el medio de transporte más contaminante.



9. (líneas 46-49) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?  
Las grandes firmas energéticas...
- (A) ... insinúan que conseguirán rebajar la contaminación gracias, entre otras cosas, a las renovables.
- (B) ... sostienen que la utilización de biocarburantes, hidrógeno, etc., tendrá beneficios ambientales muy limitados.
- (C) ... muestran un optimismo de cara al futuro que probablemente sea excesivo.
- (D) ... consideran que el grave problema de la contaminación podrá resolverse gracias al avance de la tecnología.
10. (líneas 50-55) ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es **falsa**?  
La inversión de las empresas fósiles en tecnologías bajas en carbono...
- (A) ... es todavía muy limitada.
- (B) ... ha aumentado considerablemente en los últimos años.
- (C) ... es aún insuficiente.
- (D) ... no ha aumentado lo suficiente en los últimos años.

11. (líneas 56-63) Completar la siguiente frase con el final correcto:  
"En los años 70, Total Energies ..."
- (A) ... se comprometió a combatir los efectos nefastos de la industria fósil en el clima."
- (B) ... desconocía los efectos nefastos de la industria fósil en el clima."
- (C) ... reconoció abiertamente los efectos nefastos de la industria fósil en el clima."
- (D) ... ocultó los efectos nefastos de la industria fósil en el clima."
12. (líneas 64-67) Completar la siguiente frase con el final correcto: "Patagonia es una empresa ..."
- (A) ... que hasta hace muy poco, no se preocupaba en absoluto por el medio ambiente."
- (B) ... que siempre se ha preocupado por el medio ambiente."
- (C) ... Lleva poco implicada en la lucha a favor del medio ambiente."
- (D) ... que cedió sus acciones a un trust, con el objetivo de lavar su imagen."

## II. LEXIQUE

*Choisissez la réponse qui vous paraît la plus appropriée en fonction du contexte.*

13. metas (línea 4)

- (A) fines  
(B) causas  
(C) medidas  
(D) reglas

14. diseñado (línea 6)

- (A) destrozado  
(B) propuesto  
(C) concebido  
(D) apoyado

15. riesgo (línea 9)

- (A) convicción  
(B) posibilidad  
(C) seguridad  
(D) defensa

16. medirlo (línea 11)

- (A) transformarlo  
(B) notificarlo  
(C) apuntarlo  
(D) evaluarlo

17. compromisos (línea 13)

- (A) promesas  
(B) acuerdos  
(C) proyectos  
(D) firmas

18. destaca (línea 15)

- (A) niega  
(B) subraya  
(C) denuncia  
(D) encubre

19. engaño (línea 18)

- (A) secreto  
(B) malversación  
(C) mentira  
(D) desvergüenza

20. investigador (línea 23)

- (A) científico  
(B) profesor  
(C) periodista  
(D) maestro

21. trasladan (línea 32)

- (A) quitan  
(B) transfieren  
(C) traen  
(D) contribuyen

22. incipientes (línea 37)

- (A) embrionarias  
(B) ambiguas  
(C) alejadas  
(D) indecisas

23. firmas (línea 46)  
(A) empresas  
(B) granjas  
(C) haciendas  
(D) potencias

24. dejando de lado (línea 54)  
(A) incluyendo  
(B) sin omitir  
(C) sin mencionar  
(D) mencionando

### III. COMPÉTENCE GRAMMATICALE

*Choisissez la réponse adéquate.*

25. Encontrar soluciones es más difícil .... parece.  
(A) que lo  
(B) que lo que  
(C) que  
(D) de lo que

26. ¡Es imprescindible .... algo!  
(A) de hacer  
(B) que hacer  
(C) hacer  
(D) se haga

27. .... unos años, los políticos hablan por fin en sus programas del problema del calentamiento global.  
(A) Desde  
(B) Hace  
(C) Desde hace  
(D) Desde que hace

28. Quizás dentro de 20 años ya no .... coches que funcionen con gasolina.  
(A) hay  
(B) habrá  
(C) haya  
(D) hayan

29. .... en 1986 .... Westerveld empleó por primera vez el término inglés *greenwashing*.  
(A) Es / que  
(B) Fue / que  
(C) Estaba / cuando  
(D) Fue / cuando

30. Hablan mucho de sostenibilidad pero .... como en el pasado.  
(A) siguen actuar  
(B) siguen a actuar  
(C) siguen actuando  
(D) continúan a actuar

31. El motor de hidrógeno .... está operativo.  
(A) aún  
(B) todavía no  
(C) ya no  
(D) tampoco no

32. Esperemos que .... una ley .... tanta falsedad.  
(A) haya / que prohíbe  
(B) hay / prohibiendo  
(C) haya /que prohíba  
(D) hay / que prohibirá

33. Los ciudadanos exigen a sus gobiernos .... las leyes.  
(A) de cambiar  
(B) que cambian  
(C) que cambien  
(D) que cambiarán

34. ¿Tú crees que a finales del S. XXI .... las energías fósiles?  
(A) se terminen  
(B) se hayan terminado  
(C) se habrán terminado  
(D) se habrían terminado

35. Ahora hay campañas de publicidad para que la gente .... consciente del problema.  
(A) será  
(B) sea  
(C) fuera  
(D) esté

36. Yo creo que esa empresa no es .... verde .... parece.  
(A) tan / como  
(B) tanto / como  
(C) tanto / que  
(D) tan / que

37. Si como usted lo afirma, los nuevos aviones contaminan menos, entonces .... cifras actualizadas.  
(A) denme  
(B) me de  
(C) me den  
(D) deme

38. Hay empresas .... objetivos no parecen muy claros.
- (A) cuyos los
  - (B) los cuales
  - (C) de los cuales
  - (D) cuyos

39. Actúan como si el porvenir del planeta no .... en peligro.
- (A) estaba
  - (B) estuviera
  - (C) era
  - (D) fuera

**FIN**

