

## PADRÃO DE RESPOSTAS

Questão	Resposta
1	Prática comercial que consiste em utilizar argumentos de ordem ambiental para vender produtos. Eco: ambiente, meio; blanchiment: recurso utilizado para dar uma aparência de legalidade
2	No primeiro caso, as aspas colocam em dúvida a adequação da palavra “verde” para qualificar a publicidade; no segundo caso, as aspas indicam uma citação do OIP.
3	Reunir peritos na matéria para estudo da publicidade suspeita; divulgar seu parecer em um mês. Denunciar propagandas enganosas; atribuir nota a essas propagandas.
4	Subjuntivo 1º trecho: pour que; 2º trecho: éviter que; 3º trecho: souhaitent que
5	Duas dentre as empresas e suas respectivas explicações: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Henkel: anunciar que seu sabão em pó é ecoeficaz</li> <li>• Herta: anunciar que seus produtos são 100% naturais</li> <li>• Apple: anunciar que seu MacBook é ecológico</li> </ul>
6	Um dos elementos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• todos estão sujeitos à avaliação da OIP</li> <li>• com a criação do OIP, todos devem permanecer em alerta</li> </ul> Trecho : des progrès significatifs ont été réalisés
7	Assim como o aguilhão serve para incitar os animais, o OIP constringe organismos governamentais a manterem um comportamento desejável.
8	Solidariedade: On achète un café équitable parce que c’est bon pour les autres. Comprar o café traz benefícios para outras pessoas. Prazer: Et puis on le savoure parce que c’est bon tout court. O verbo <i>savourer</i> e a expressão <i>c’est bon tout court</i> remetem à sensação de prazer.
9	<i>En choisissant</i> : gerúndio; expressar simultaneidade, causa ou condição. <i>Portant</i> : particípio presente; especificar o termo <i>produits</i> .
10	Reticências: conferem destaque ao último item da enumeração. Ponto de exclamação: expressa entusiasmo diante de uma ação.