

## CORREIO INDICA

DIVULGAÇÃO

# Destilado latino

O pisco, destilado de uva, é uma das bebidas características do Chile e do Peru e é muito utilizado em cartas de drinks na cidade

Pisco Sour é um dos destaques da carta de drinks do Taypá

## Receita

### Pisco Sour

- 20 ml de clara de ovo
- 90 ml pisco
- 30 suco de limão
- 30 xarope de açúcar
- 25 clara de ovo
- 5 gotas de angustura
- Bater numa coqueteleira com gelo, servir no copo e pingar 5 gotas de angustura.

Com alto teor alcoólico, mais de 40% de álcool, o pisco é obtido pela destilação de sumo de uvas frescas. E um dos drinks em que mais aparece é o pisco sour, com suco de limão, xarope de açúcar e angustura. O destilado tem a versão peruana e chilena. A do Peru, normalmente, é destilada uma vez e não envelhecida em madeira. Esse último processo pode ocorrer na versão do Chile.

O pisco aparece em seis drinks da carta do Taypá, restaurante peruano. O clássico pisco sour está presente além do drink

Muito gostoso (pisco, cointreau, maracujá e leite de coco), o

La perricholi (pisco, blue curaçao, maracujá e manjerição), o

ginget taypá (pisco, macerado de gengibre, toranja e almibar), o

apple pisco (pisco, licor e creme de maçã verde) e o

jabuticaba sour (pisco, macerado de jabuticaba, xarope, limão e clara de ovo).

Ivone Carvalho, sócia do Taypá, comenta que o pisco oferece uma complexidade que poucos destilados têm. “Isso faz toda a diferença nos coquetéis, ele não é dominante nem neutro demais, equilibra bem ingredientes ácidos, doces e até picantes, o que combina muito com a cozinha peruana, cheia de contrastes, como ceviches, ají e frutas cítricas”, comenta Ivone. A sócia indica que jabuticaba, cupuaçu, maracujá e leite de coco combinam muito com o destilado.

Para ela, o público brasileiro está se acostumando com o destilado. “Principalmente em ambientes mais sofisticados, mas ainda há um forte trabalho de introdução acontecendo. Ele está naquele estágio da descoberta curiosa, não mais exótico, mas ainda longe de ser cotidiano”, destaca.

Para ela, o público brasileiro está se acostumando com o destilado. “Principalmente em ambientes mais sofisticados, mas ainda há um forte trabalho de introdução acontecendo. Ele está naquele estágio da descoberta curiosa, não mais exótico, mas ainda longe de ser cotidiano”, destaca.