

INOVAÇÃO

BASE DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NAS EMPRESAS ESTÁ NA INFRAESTRUTURA DE TI

[▶▶ Leia na página 8](#)

Inteligência de ameaças: a arte de transformar dados em ações proativas

Inteligência de ameaças cibernéticas não quer dizer toda e qualquer informação gerada por análise.

Diferente de apenas acumular informações, a inteligência de ameaças busca transformar esses dados em insights acionáveis, permitindo às empresas antecipar, identificar e mitigar riscos de maneira eficaz. É um ciclo contínuo, com etapas claras.

Como resultado, permite que a empresa sane dúvidas sobre uma determinada ameaça eminente, do porquê, como, e quem está por trás do ataque. Esse entendimento das ameaças externas impulsiona uma defesa mais estratégica, porque cria mecanismos de proteção e mitiga riscos de danos causados por ataques futuros.

Afinal, visualizando o risco ao qual está exposta, uma organização consegue adaptar proativamente as barreiras de proteção e antecipar investidas de cibercriminosos. Só que essa prática, muitas vezes, é mal compreendida e, por consequência, mal utilizada. Há muitas ferramentas disponíveis hoje que alegam produzir inteligência acionável sobre ameaças.

E o que uma boa parte delas está, na verdade, produzindo são informações a respeito de ameaças. Claro que informações são necessárias para otimizar o tempo na defesa de ativos. Mas considerá-las como inteligência, em certos contextos e situações, pode levar a uma análise equivocada do cenário. A questão é que nem sempre pilhas de dados respondem a perguntas.

Às vezes, acabam confundindo mais as empresas que não sabem usá-las para extrair inteligência. Da mesma forma, soluções de segurança contratadas para fazer o papel de inteligência, e que por si só não foram criadas para essa finalidade, podem criar mais imprecisões ou, no mínimo, resultados incompletos.



“Indicadores de Comprometimento (IOCs) são soluções que fazem parte do processo de inteligência de ameaças cibernéticas. Mas, isoladas, são apenas indicadores.

Por exemplo, monitoramento de marca e redes sociais, detecção de credenciais e cartões, e a ingestão de Indicadores de Comprometimento (IOCs) são soluções que fazem parte do processo de inteligência de ameaças cibernéticas. Mas, isoladas, são apenas indicadores.

E o que é, então, inteligência de ameaças? – O ponto central aqui é entender que nenhuma ferramenta pode produzir inteligência acionável. Apenas analistas podem. Inteligência depende da expertise e da habilidade de pessoas especializadas, que consideram várias fontes de informação e trazem insights valiosos sobre adversários, táticas, técnicas, procedimentos e probabilidades de ataques futuros.

É um processo contínuo e estratégico, que melhora a capacidade do negócio de detectar, prevenir e responder a esses perigos. Decifrar e interpretar o que ameaça o negócio eleva a capacidade de prevenção e resposta, pois permite que a empresa tome providências antes de ataques. Inteligên-

cia de ameaças tem grande valor em uma estratégia de segurança.

Mas, para isso, é preciso que ela esteja sendo feita em todas as fases do seu ciclo de vida. Se ela não está prevenindo e prevenindo ataques, e, portanto, ajudando a contê-los, se não está reduzindo o tempo de resposta a incidentes, nem gerando insights para direcionamento de investimentos em proteção, há uma grande chance de não ser o que prometia.

Quando há o entendimento do que é inteligência de ameaças cibernéticas, e o time da empresa está pronto para usá-la e incorporá-la nas operações, ela se torna uma ferramenta poderosa de proteção, capaz de aumentar o nível de maturidade de segurança da empresa.

E, claro, transforma a defesa cibernética em uma vantagem competitiva.

(Eduardo Lopes - É CEO da Redbelt Security - <https://www.redbelt.com.br/>)

É possível a exclusão do sócio majoritário por falta grave?

O surgimento de uma sociedade empresarial é, na grande maioria das vezes, momento de grandes expectativas. ▶▶

Estratégias para um recrutamento de alta performance em pequenas e médias empresas

Para pequenas e médias empresas (PMEs) que buscam construir uma equipe talentosa e produtiva, o recrutamento de alta performance é uma estratégia essencial. ▶▶

Bancarização: a terceira onda do ecossistema de fintechs

Mesmo com os desafios recentes que alcançaram o ambiente de negócios digitais como uma maior contenção dos investimentos de venture capital, o ecossistema de fintechs segue pujante e um dos principais motores do mercado global de startups. ▶▶

Confira como evitar brechas e proteger o seu aplicativo

Sabe aquela história de só tomar providências depois que o pior já aconteceu? Isso também se aplica ao desenvolvimento de software. Muitas empresas só se preocupam com a segurança após sofrer um ataque, o que pode resultar em prejuízos financeiros e de reputação. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: FCA/Divulgação



Renovação da concessão de ferrovia abre empregos

A conclusão da renovação antecipada da concessão da Ferrovia Centro-Atlântica (FCA), controlada pela VLI, vai propiciar um novo ciclo de investimentos para a aquisição de vagões, locomotivas e modernização da malha da ferrovia, o que resultará em um transporte de cargas ainda mais eficiente e seguro, no fortalecimento da indústria nacional e na geração de emprego e renda. Com a assinatura do novo contrato, cerca de 10 mil postos de trabalho diretos deverão ser gerados. A proposta de renovação antecipada da FCA foi aprovada pela Associação Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) e será levada a audiências públicas para a oitava das partes interessadas, ressaltando o caráter transparente do processo. A renovação antecipada da FCA aumentará em 46% o volume de cargas transportadas pelos seus trilhos em um novo ciclo da concessão. ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Reprodução: https://materiais.iabbrasil.com.br/adtech_branding_2024



AdTech & Branding 2024

@ Falta menos de um mês para um dos eventos mais importantes da publicidade digital no Brasil. O IAB Brasil – associação que tem o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável da publicidade digital – ampliou a programação e, pela primeira vez, o AdTech & Branding 2024 terá dois dias de duração, em 3 e 4 de setembro, no Teatro Santander, em São Paulo. O encontro é uma oportunidade de trocar experiências com profissionais reconhecidos mundialmente e explorar as tecnologias que estão transformando os formatos da publicidade digital. O AdTech & Branding 2024 tem como temática principal neste ano o reforço de sua campanha institucional, lançada em junho deste ano – “IAB é a casa da publicidade digital. Chega mais” – e abordará assuntos como formação do profissional que atua na publicidade digital, anúncios na era do streaming, publicidade digital e privacidade, além dos desafios e possibilidades que a inteligência artificial traz para quem atua na comunicação (https://materiais.iabbrasil.com.br/adtech_branding_2024). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶ [Leia na página 4](#)

