

MALVERTISING

Publicidad Maliciosa



Técnica de inyección de malware en anuncios publicitarios.

Estos anuncios incentivan el click sobre ellos, en donde se realiza la descarga sin consentimiento de un software malicioso o lo traslada a espacios falsos en donde se engaña a la víctima.

El ciberdelincuente usa técnicas de ingeniería social como grandes descuentos, oportunidades únicas hasta notificaciones de seguridad o presuntos ataques entre muchos más.



Dirección de las Tecnologías y
Sistemas de Información y
de las Comunicaciones



Malvertising usa un señuelo para la interacción que necesita por parte del usuario (víctima) y de esta manera tener acceso a su sistema o aprovecha la vulnerabilidad de los navegadores para perpetuar su actividad de forma imperceptible.

Existen casos donde esta técnica propende por la desinformación como también la creación de situaciones de alarmas, caos, pánico, stress, negativismo, etc. Incidiendo en la opinión de las personas.

Las posibles consecuencias

- Fraude financiero y pérdida de dinero.
- Interrupción de funcionamiento y operación de un sistema.
- Pérdida de confianza e imagen institucional.
- Pérdida de datos e información.
- Pérdida de activos.
- Suplantación de identidad.
- Desinformación.

Recomendación en contra de Malvertising:

Con el fin de no ser víctima de este tipo de ataque cibernético se recomienda el uso de las siguientes practicas:

- Verificar la legitimidad del sitio web visitado.
- Mantener el software de navegación del sistema actualizado.
- Uso de antivirus, cortafuegos y bloqueadores de anuncios

En el caso de haber sido víctima del uso del malvertising informe a DTIC y un equipo le acompañara en una posible solución.



Dirección de las Tecnologías y
Sistemas de Información y
de las Comunicaciones

Gobierno
DIGITAL