

ConverZap

Explica

Guia de Custos, Regras e Segurança da API Oficial do WhatsApp

10 temas essenciais — edição 2026

Preços oficiais no Brasil, franquia de serviço, janela de 72h, opt-in e regras para reduzir bloqueios

converzap.com

Sobre este guia

Este guia reúne, em linguagem direta, o que uma empresa precisa saber sobre a API oficial do WhatsApp em 2026: quanto custa cada tipo de mensagem, o que muda a partir de **1º de outubro de 2026**, quais mensagens continuam grátis e como as faixas de volume funcionam no Brasil.

A segunda metade trata de regras e segurança: a diferença entre soluções oficiais e não oficiais, os motivos mais comuns de banimento, o opt-in exigido pela Meta e pela LGPD e cinco regras práticas para campanhas em volume. Cada capítulo termina com pontos-chave e o link da fonte oficial usada.

Os valores citados são os publicados pela Meta para o Brasil. Preços e políticas podem mudar, por isso a recomendação é sempre conferir a página oficial antes de fechar um orçamento. O conteúdo tem caráter informativo e não substitui orientação jurídica.

Índice

1. O WhatsApp vai cobrar? O que muda em 01/10/2026
2. Quanto custa uma mensagem de marketing
3. Mensagens de serviço e a franquia de 1.000 por número
4. A janela grátis de 72 horas dos anúncios de clique
5. Coexistência: mensagens enviadas pelo app são cobradas?
6. Desconto por volume: como funcionam as faixas
7. API não oficial x oficial: qual o risco real
8. Por que números de WhatsApp são banidos
9. Opt-in e LGPD: como pedir consentimento
10. Disparo em massa: 5 regras para reduzir bloqueios

Conteúdo educativo, revisado em setembro de 2026. Regras e preços da Meta podem mudar: confira sempre as páginas oficiais citadas em cada capítulo.

O WhatsApp vai cobrar? O que muda em 01/10/2026

A pergunta mais comum tem resposta curta: **o aplicativo não passa a cobrar**. Quem usa o app WhatsApp ou o app WhatsApp Business no celular continua sem pagar por mensagem. A mudança de 1º de outubro de 2026 vale para empresas conectadas à **API oficial do WhatsApp Business**, a plataforma que permite automação, vários atendentes e integração com sistemas.

Na API, a Meta cobra **por mensagem entregue**, e não por mensagem enviada. O preço depende da categoria da mensagem e do país de quem recebe. Um número com código +55 paga a tarifa do Brasil, que a partir de 1º de outubro é de **R\$ 0,3217** para marketing e **R\$ 0,035** para utilidade, autenticação e serviço.

A novidade está em dois tipos de mensagem que eram grátis. As **mensagens de serviço**, que são as respostas livres enviadas dentro da janela de atendimento de 24 horas, passam a ser cobradas. Os **templates de utilidade enviados dentro dessa janela**, gratuitos desde julho de 2025, também passam a ter custo.

Para as mensagens de serviço existe uma franquia: as primeiras **1.000 mensagens entregues por número, a cada mês**, são grátis. Conversas individuais e em grupo dividem o mesmo saldo, e o que sobra não passa para o mês seguinte. Sem meio de pagamento cadastrado, a entrega dessas mensagens para quando a franquia acaba.

Algumas situações continuam sem custo. A **janela de 72 horas** aberta por anúncios de clique para o WhatsApp segue grátis quando a empresa responde em até 24 horas. E, no recurso de coexistência da Meta, as mensagens enviadas pelo app WhatsApp Business no celular também não são cobradas.

Na prática, a empresa que usa a API deve revisar três pontos: se a conta tem meio de pagamento, quanto cada número envia em respostas livres por mês e quais fluxos usam templates de utilidade dentro da janela. Os próximos capítulos detalham cada categoria e trazem exemplos de cálculo com os valores oficiais.

O que muda na cobrança da API (Brasil)

Tipo de mensagem	Até 30/09/2026	A partir de 01/10/2026
Marketing (template)	Cobrada por entrega	R\$ 0,3217 por mensagem
Utilidade fora da janela	Cobrada por entrega	R\$ 0,035 por mensagem
Utilidade dentro da janela	Grátis	R\$ 0,035 por mensagem
Autenticação	Cobrada por entrega	R\$ 0,035 por mensagem

Tipo de mensagem	Até 30/09/2026	A partir de 01/10/2026
Serviço (resposta livre na janela)	Grátis	1.000 grátis por número/mês; depois R\$ 0,035
Janela de 72h de anúncios de clique	Grátis	Continua grátis

Pontos-chave

- O app não cobra; a mudança é na API
- Cobrança por mensagem entregue
- Serviço e utilidade na janela passam a pagar
- 1.000 mensagens de serviço grátis por número/mês
- Janela de 72h de anúncios segue grátis

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>

Quanto custa uma mensagem de marketing

Na API oficial, no Brasil, a partir de 1º de outubro de 2026, cada mensagem de marketing entregue custa **R\$ 0,3217**, pouco mais de 32 centavos. É a categoria mais cara da tabela e, em muitas operações, a que mais pesa na fatura do mês.

A cobrança acontece **na entrega, não no envio**. Uma mensagem que não chega ao destinatário não gera custo. O preço também segue o país de quem recebe: um contato com código +55 paga a tarifa brasileira, mesmo que a empresa esteja em outro país. Acompanhar os relatórios de entrega ajuda a entender o valor da fatura.

Diferente de utilidade e autenticação, o **marketing não tem desconto por volume**. O valor por mensagem é o mesmo em qualquer quantidade, seja uma campanha pequena ou um envio de milhões de mensagens no mês. Por isso, a segmentação da lista afeta diretamente o custo final.

A categoria do template merece atenção. Um template que **mistura aviso de pedido com promoção** é classificado como marketing e paga a tarifa de marketing. O mesmo vale para textos genéricos ou que buscam vendas, retargeting e relacionamento. A empresa paga a tarifa da categoria vigente no momento do envio.

Existe uma exceção relevante. Quando o cliente chega por um **anúncio de clique para o WhatsApp** e a empresa responde em até 24 horas, abre-se uma janela de 72 horas em que todas as mensagens são grátis, inclusive templates de marketing. O capítulo 4 detalha como essa janela funciona.

Um exemplo com os valores oficiais ajuda a dimensionar. Um número que entrega no mês 10.000 mensagens de marketing, 3.000 de utilidade, 1.000 de autenticação e 5.000 de serviço tem custo total de **R\$ 3.497,00**. Desse valor, R\$ 3.217,00 vêm do marketing, o que mostra onde está a maior parte do gasto.

Exemplo: 1 número em um mês (valores a partir de 01/10/2026)

Categoria	Entregues	Cobradas	Tarifa	Subtotal
Marketing	10.000	10.000	R\$ 0,3217	R\$ 3.217,00
Utilidade	3.000	3.000	R\$ 0,035	R\$ 105,00
Autenticação	1.000	1.000	R\$ 0,035	R\$ 35,00
Serviço	5.000	4.000 (1.000 na franquia)	R\$ 0,035	R\$ 140,00
Total	19.000			R\$ 3.497,00

Pontos-chave

- Marketing: R\$ 0,3217 por mensagem entregue
- Sem desconto por volume no marketing
- Preço segue o país de quem recebe
- Aviso + promoção no mesmo template vira marketing
- Na janela de 72h, marketing também é grátis

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>

Mensagens de serviço e a franquia de 1.000 por número

Mensagem de serviço é a resposta livre que a empresa envia dentro da janela de atendimento. Essa janela abre quando o cliente manda mensagem ou liga, dura 24 horas e reinicia a cada nova mensagem dele. Com a janela fechada, só é possível enviar templates aprovados.

A partir de 1º de outubro de 2026, essas mensagens passam a ser cobradas. Cada número de telefone tem uma franquia de **1.000 mensagens de serviço entregues por mês**. Depois disso, no Brasil, cada mensagem de serviço entregue custa **R\$ 0,035**, sem faixas de desconto por volume.

A franquia tem regras simples, mas importantes. Ela vale **por número**, e não por conta. Conta apenas mensagens entregues. Conversas individuais e em grupo dividem o mesmo saldo. E o que não for usado no mês **não acumula** para o mês seguinte. Em empresas com vários números, cada número tem o próprio saldo mensal.

Um ponto operacional merece destaque: se a conta **não tiver meio de pagamento cadastrado**, as mensagens de serviço deixam de ser entregues quando a franquia acaba. Para quem atende pelo WhatsApp, isso pode interromper conversas no meio do mês, então vale conferir o cadastro com antecedência.

Na mesma data, os **templates de utilidade enviados dentro da janela** também deixam de ser grátis. Com a janela fechada, nada muda: cada template continua cobrado pela própria categoria, seja marketing, utilidade ou autenticação. Confirmações e atualizações de pedido enviadas enquanto o cliente conversa com a empresa passam a custar R\$ 0,035 cada no Brasil.

Um exemplo com os valores oficiais: um número entrega no mês 500 mensagens de utilidade e 2.500 de serviço. As primeiras 1.000 de serviço entram na franquia e as outras 1.500 são cobradas. O total do mês fica em **R\$ 70,00**: R\$ 17,50 de utilidade e R\$ 52,50 de serviço excedente.

Para se organizar, a empresa pode acompanhar o volume de cada número, revisar fluxos que mandam várias mensagens seguidas para dizer uma coisa só e aproveitar a janela grátis de 72 horas quando o cliente chega por anúncio de clique. Cortar mensagens redundantes reduz o custo sem prejudicar o atendimento.

Exemplo: 1 número em um mês

Categoria	Entregues	Cobradas	Tarifa	Subtotal
Utilidade	500	500	R\$ 0,035	R\$ 17,50
Serviço	2.500	1.500 (1.000 na franquia)	R\$ 0,035	R\$ 52,50

Categoria	Entregues	Cobradas	Tarifa	Subtotal
Total	3.000	2.000		R\$ 70,00

Pontos-chave

- Serviço = resposta livre na janela de 24h
- 1.000 grátis por número, por mês
- 1:1 e grupo dividem o mesmo saldo
- Saldo não acumula para o mês seguinte
- Sem meio de pagamento, a entrega para

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>

A janela grátis de 72 horas dos anúncios de clique

Quando um cliente chega por um **anúncio de clique para o WhatsApp** e a empresa responde em até 24 horas, abre-se uma janela de **72 horas** em que todas as mensagens da API são grátis. A regra também vale para os botões de chamada para ação da Página do Facebook que levam ao WhatsApp.

A gratuidade é ampla. Nesse período, segundo a Meta, **todas as mensagens são grátis**, incluindo respostas livres e templates, inclusive os de marketing. Para quem investe em anúncios, isso permite conduzir a conversa, enviar ofertas e fazer acompanhamento sem custo por mensagem durante três dias.

A condição é a velocidade. A janela grátis só abre se a empresa **responder em até 24 horas** depois do contato. Se a resposta demorar mais, a oportunidade passa e valem as regras normais de cobrança, por categoria e por mensagem entregue. Por isso, a primeira resposta é o momento decisivo.

Essa janela de 72 horas é **independente da janela de atendimento** de 24 horas. As duas correm em paralelo e têm funções diferentes: uma define o que pode ser enviado sem template, a outra define o período em que as mensagens não são cobradas. Uma não substitui a outra.

A janela de 72 horas **continua grátis depois de 1º de outubro de 2026**, quando as mensagens de serviço passam a ser cobradas. Por isso, campanhas que levam o cliente direto para o WhatsApp ganham ainda mais peso no planejamento de custo. A tendência é que a velocidade de resposta vire parte do cálculo de retorno dos anúncios.

Na prática, uma primeira resposta rápida, automática ou humana, é o que abre a janela. Empresas que usam atendimento automatizado conseguem responder em segundos e aproveitar o período inteiro. Depois disso, a conversa dessas 72 horas não entra na conta. Quando o prazo termina, voltam a valer as tarifas normais por categoria.

Regras da janela de 72 horas

Pergunta	Resposta
O que abre a janela?	Contato vindo de anúncio de clique para o WhatsApp ou CTA da Página do Facebook
Qual a condição?	A empresa responder em até 24 horas
Quanto tempo dura?	72 horas
O que fica grátis?	Todas as mensagens, inclusive templates de marketing

Pergunta	Resposta
Depende da janela de 24h?	Não, é independente da janela de atendimento
Muda em 01/10/2026?	Não, continua grátis

Pontos-chave

- Anúncio de clique + resposta em 24h = 72h grátis
- Inclui templates de marketing
- Vale também para CTAs da Página do Facebook
- Independe da janela de atendimento
- Segue grátis após 01/10/2026

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>

Coexistência: mensagens enviadas pelo app são cobradas?

A **coexistência** é um recurso da Meta que conecta o número já usado no app WhatsApp Business à API oficial. A empresa envia em volume pela API e continua conversando um a um pelo celular, com o histórico sincronizado nos dois lados. O acesso ao recurso acontece pelo fluxo de cadastro da Meta, conduzido por provedores habilitados.

Sobre custos, a regra é direta: **mensagens enviadas pelo app WhatsApp Business não são cobradas**. Somente as mensagens que saem pela API, como templates e respostas automáticas, seguem a tabela oficial da Meta, por mensagem entregue e por categoria. Na prática, a conta depende de quanto da operação passa pela API e quanto fica no celular.

Um detalhe costuma gerar dúvida: mensagens enviadas pelo app **não abrem nem estendem as janelas da API**. Quem abre a janela de atendimento de 24 horas é o cliente, quando manda mensagem ou liga. Responder pelo celular não cria uma janela nova para envios pela API.

Há também uma regra de uso. Se o **celular principal ficar cerca de 14 dias sem uso**, a conexão com a API cai. Aparelhos associados sem uso por 30 dias também são desconectados. Manter o app ativo no celular principal é parte da rotina de quem usa o recurso.

Alguns recursos mudam com a coexistência. Mensagens temporárias, visualização única e localização ao vivo ficam desligadas nas conversas individuais, e listas de transmissão ficam só para leitura. Grupos, chamadas, catálogo e etiquetas continuam no app, mas não funcionam pela Cloud API. Um recurso novo é a possibilidade de editar e apagar mensagens.

Os limites da API continuam valendo, incluindo a vazão de 20 mensagens por segundo e os níveis de envio. Antes de adotar o recurso, a empresa deve avaliar se depende de grupos, chamadas ou atendimento no celular, e se consegue manter o aparelho principal em uso.

Quem paga o quê na coexistência

Origem da mensagem	Cobrança	Abre janela da API?
Digitada no app WhatsApp Business	Não é cobrada	Não
Template enviado pela API	Tabela oficial, por categoria	Não se aplica
Resposta automática pela API	Tabela oficial (serviço, após a franquia)	Não se aplica
Mensagem do cliente	Sem custo para a empresa	Sim, abre a janela de 24h

Pontos-chave

- Coexistência é um recurso da Meta
- Mensagens do app não são cobradas
- API segue a tabela oficial
- App não abre janelas da API
- Cerca de 14 dias sem uso derrubam a conexão

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/embedded-signup/onboarding-business-app-users>

Desconto por volume: como funcionam as faixas

A API do WhatsApp tem desconto por volume **só em duas categorias: utilidade e autenticação**. No Brasil, a partir de 1º de outubro de 2026, a tarifa começa em R\$ 0,035 e pode chegar a **R\$ 0,0263** nas faixas mais altas. Marketing e serviço não têm faixas.

As faixas contam o **total do portfólio empresarial no mês**, e não o volume de um número só. A contagem é separada por mercado e por categoria: utilidade no Brasil é uma conta, autenticação no Brasil é outra. Só mensagens cobradas entram na soma, e o contador zera todo mês.

Na **utilidade**, até 250.000 mensagens no mês a tarifa é R\$ 0,035. De 250.001 a 2 milhões, cai para R\$ 0,0333. De 2 a 17 milhões, R\$ 0,0315. De 17 a 35 milhões, R\$ 0,0298. De 35 a 70 milhões, R\$ 0,028. Acima de 70 milhões, R\$ 0,0263.

Na **autenticação**, os preços por faixa são os mesmos, mas os volumes são menores. Até 500.000, R\$ 0,035. De 500.001 a 3 milhões, R\$ 0,0333. De 3 a 5,25 milhões, R\$ 0,0315. De 5,25 a 10 milhões, R\$ 0,0298. De 10 a 20 milhões, R\$ 0,028. Acima de 20 milhões, R\$ 0,0263.

Ficam de fora das faixas o **marketing**, que custa R\$ 0,3217 por mensagem entregue em qualquer volume, e as **mensagens de serviço**, que usam a tarifa de R\$ 0,035 depois da franquia de 1.000 por número, também sem desconto progressivo. Para esses dois tipos, reduzir custo depende de volume e de uso de janelas grátis, não de faixas.

As faixas fazem diferença principalmente para operações grandes de avisos e códigos de verificação. Para saber em qual faixa cada mensagem caiu, a Meta oferece relatórios de preço na própria plataforma, com detalhe por mensagem e por faixa. Como as faixas somam o portfólio, concentrar números no mesmo portfólio pode fazer diferença no preço médio.

Faixas de volume no Brasil (mensal, por portfólio)

Preço por mensagem	Utilidade (volume)	Autenticação (volume)
R\$ 0,035	Até 250.000	Até 500.000
R\$ 0,0333	250.001 a 2 milhões	500.001 a 3 milhões
R\$ 0,0315	2 a 17 milhões	3 a 5,25 milhões
R\$ 0,0298	17 a 35 milhões	5,25 a 10 milhões
R\$ 0,028	35 a 70 milhões	10 a 20 milhões
R\$ 0,0263	Acima de 70 milhões	Acima de 20 milhões

Pontos-chave

- Faixas só em utilidade e autenticação
- Soma do portfólio, por mercado e categoria
- Contador zera todo mês
- Marketing e serviço: preço fixo
- De R\$ 0,035 até R\$ 0,0263

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/pricing>

API não oficial x oficial: qual o risco real

API não oficial é qualquer ferramenta que se conecta ao WhatsApp sem autorização da Meta, em geral lendo um QR Code e imitando o WhatsApp Web. O risco real dessas soluções é **contratual**: elas violam os Termos do WhatsApp e expõem a conta da empresa a sanções.

Os Termos de Serviço do WhatsApp proíbem engenharia reversa e a criação de software que funcione substancialmente como os serviços do WhatsApp. Já os Termos do WhatsApp Business proíbem usar qualquer aplicação que interaja com os serviços **sem consentimento prévio por escrito**. As duas regras alcançam as ferramentas que operam sem autorização da Meta.

Se houver violação, o WhatsApp pode **limitar, reduzir a vazão, suspender ou encerrar** a conta. Depois disso, a empresa não pode criar outra conta business sem permissão expressa por escrito. A política do WhatsApp Business diz ainda que a proibição pode alcançar a organização inteira, em qualquer produto do WhatsApp.

Um sinal de alerta: segundo a Central de Ajuda, o aviso de **conta banida temporariamente** pode indicar uso de aplicativo não oficial. Se a pessoa não voltar para o app oficial, a conta pode ser banida de vez. Tratar esse aviso como um sinal para rever a ferramenta usada evita consequências maiores.

Para migrar um número que já existe, há dois caminhos. O primeiro é apagar a conta no app e registrar o número na API; nesse caso, **o histórico é perdido**, e a Meta recomenda backup. O segundo é a coexistência, recurso da Meta que mantém o histórico. Número banido precisa passar por recurso antes do registro.

Para reconhecer uma solução oficial, vale observar se o cadastro abre uma **tela da própria Meta** e consultar o diretório público de parceiros mantido pela Meta. A API oficial não elimina riscos, mas coloca a operação dentro das regras. E, ao trocar de provedor oficial, número, nome de exibição e nota de qualidade são mantidos.

Oficial x não oficial

Aspecto	API oficial	Ferramenta não oficial
Autorização da Meta	Sim	Não
Conexão	Cadastro com tela da Meta	Em geral, QR Code imitando o WhatsApp Web
Termos do WhatsApp	Opera dentro das regras	Viola os Termos
Consequência de violação	Avisos e limites previstos em política	Suspensão, encerramento e veto a novas contas

Aspecto	API oficial	Ferramenta não oficial
Troca de fornecedor	Número, nome e nota de qualidade são mantidos	Sem regra oficial
Custo por mensagem	Tabela oficial da Meta	Não se aplica tabela oficial

Pontos-chave

- Não oficial viola os Termos do WhatsApp
- Risco de suspensão e veto a novas contas
- Banida temporariamente é sinal de alerta
- Apagar a conta perde o histórico
- Cadastro oficial abre tela da Meta

Fonte: <https://www.whatsapp.com/legal/business-terms>

Por que números de WhatsApp são banidos

Números de WhatsApp são banidos quando o sistema entende que a conta violou os Termos ou as políticas. As causas mais comuns são três: **mensagens para quem não pediu, uso de ferramenta não oficial e baixa qualidade**, com muitos bloqueios e denúncias. É possível reduzir esse risco, mas nenhuma ferramenta o elimina.

A primeira causa são as **ferramentas não oficiais**. Os Termos do WhatsApp proíbem engenharia reversa e softwares que imitam o serviço. Segundo a Central de Ajuda, o aviso de conta banida temporariamente pode indicar uso de aplicativo não oficial, e quem não volta para o app oficial pode ser banido de vez.

A segunda é a **mensagem sem permissão**. A política do WhatsApp Business exige que a empresa só contate quem forneceu o número e aceitou receber mensagens dela. Na API oficial, spam e categoria de template errada geram avisos e podem bloquear o envio por **1 a 30 dias**.

A terceira é a **baixa qualidade**. Quando muitos clientes bloqueiam ou denunciam, a Meta reage. Um template com feedback negativo pode ser pausado, e qualidade baixa por tempo prolongado leva a limitação de envio. Se a violação continua, a conta pode ser limitada, suspensa ou encerrada.

Para empresas, o custo é alto. Depois de um encerramento por violação, a empresa não pode criar outra conta business sem permissão por escrito, e a proibição pode valer para a organização inteira. Por isso, prevenção pesa mais do que correção, e as regras de envio devem ser definidas antes da primeira campanha.

Para reduzir o risco, a empresa pode usar a API oficial, coletar opt-in com o próprio nome, oferecer saída fácil, usar templates na categoria certa e aumentar o volume aos poucos. Em portfólio novo, o limite começa em **250 destinatários únicos em 24 horas**. Se o número já foi banido, o recurso deve vir antes do registro na API.

Causas comuns e como reduzir o risco

Causa	O que acontece	Como reduzir
Ferramenta não oficial	Aviso de banida temporariamente; pode virar banimento	Usar a API oficial
Mensagem sem permissão	Avisos e bloqueio de envio de 1 a 30 dias	Opt-in com o nome da empresa
Categoria de template errada	Avisos e possível bloqueio de envio	Classificar o template corretamente
Baixa qualidade	Template pausado e limitação de envio	Saída fácil e volume gradual

Pontos-chave

- Três causas: não oficial, sem permissão, qualidade
- Spam pode bloquear envio de 1 a 30 dias
- Veto pode alcançar a empresa inteira
- Portfólio novo começa em 250 destinatários/24h
- Número banido: recurso antes do registro

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/policy-enforcement>

Opt-in e LGPD: como pedir consentimento

Para pedir opt-in no WhatsApp em linha com a LGPD, o caminho é usar um **texto claro**, com o nome da empresa e a finalidade das mensagens, numa **caixa desmarcada** que a pessoa escolhe marcar. E guardar a prova, porque pela LGPD quem precisa provar o consentimento é a empresa.

A política do WhatsApp Business diz que a empresa só pode contatar quem **forneceu o número e aceitou receber mensagens** dela. O texto do opt-in deve deixar claro que a pessoa aceita receber comunicações e qual é o nome da empresa. A Meta cita canais como site, SMS, telefone, atendimento presencial ou papel assinado.

A LGPD define consentimento como uma manifestação **livre, informada e inequívoca**, para uma finalidade determinada. O artigo 8º traz pontos práticos: em contrato, a cláusula precisa estar destacada; o ônus da prova é do controlador; e autorizações genéricas são nulas. A pessoa pode revogar a qualquer momento, por procedimento gratuito e facilitado.

Um modelo possível, no checkout, usa duas caixas separadas e desmarcadas. Uma para "Quero receber no WhatsApp, da [Empresa], atualizações do meu pedido". Outra para "Quero receber ofertas da [Empresa] no WhatsApp. Posso sair quando quiser respondendo SAIR". Separar por categoria deixa claro o que foi aceito.

A Meta **não define um formato de registro**, mas a LGPD pede que a empresa consiga provar o consentimento. Uma boa prática é guardar data e hora, canal ou página, o texto exato exibido e sua versão, o número, as categorias aceitas e, quando houver, a data da revogação.

A empresa também deve respeitar quem pede para sair, **dentro ou fora do WhatsApp**, retirando a pessoa da lista de contatos. Este capítulo não é parecer jurídico: o texto de consentimento deve ser validado com o jurídico ou com o encarregado de dados da empresa.

O que pedem a Meta e a LGPD

Tema	Política do WhatsApp Business	LGPD (Lei 13.709/2018)
Quem pode receber	Quem forneceu o número e deu opt-in	Consentimento ou outra base legal
Texto do aceite	Deixar claro o aceite e o nome da empresa	Livre, informado, com finalidade determinada
Aceite genérico	Não detalhado pela política	Autorizações genéricas são nulas
Prova	Sem formato de registro definido	Ônus da prova é do controlador
Saída	Respeitar pedidos dentro ou fora do WhatsApp	Revogação gratuita e facilitada

Pontos-chave

- Caixa desmarcada e nome da empresa
- Uma caixa para cada finalidade
- Ônus da prova é da empresa
- Aceite genérico é nulo pela LGPD
- Valide o texto com o jurídico

Fonte: <https://whatsappbusiness.com/policy/>

Disparo em massa: 5 regras para reduzir bloqueios

Para fazer disparo em massa no WhatsApp com menos risco de bloqueio, cinco regras ajudam: ter **opt-in**, usar **templates aprovados na categoria certa**, oferecer **saída fácil**, respeitar os **limites** e acompanhar as **métricas**. Nenhuma delas zera o risco, mas juntas o reduzem e deixam a operação mais previsível, tanto em custo quanto em qualidade.

Regra 1: só enviar para quem aceitou. A Meta exige que a pessoa tenha fornecido o número e dado opt-in, com um texto que mostre o nome da empresa. Listas compradas ficam de fora. Guardar o registro do aceite é importante, porque a LGPD coloca o ônus da prova na empresa.

Regra 2: template aprovado e categoria certa. Fora da janela de 24 horas, só podem ser enviados templates aprovados. Um template que mistura aviso de pedido com promoção vira marketing. Empresas que já receberam aviso de uso indevido podem ter a troca de categoria aplicada na hora.

Regra 3: saída fácil. A campanha deve oferecer um jeito simples de sair, como um botão de resposta rápida para parar as promoções. O cliente também pode desligar o marketing da empresa nas configurações do WhatsApp; depois disso, o envio falha, e essas pessoas devem sair da lista.

Regra 4: respeitar os limites. Em portfólio novo, o limite começa em 250 destinatários únicos em 24 horas e sobe com qualidade alta, passando por 2.000, 10.000, 100.000 e ilimitado. Há também um limite de marketing por pessoa, somando todas as empresas. Ao atingi-lo, é preciso esperar pelo menos 24 horas.

Regra 5: acompanhar as métricas. Templates novos passam por avaliação de qualidade em lotes e, com feedback negativo, podem ser pausados. A empresa deve observar entregas, leituras, cliques, respostas e descadastrados, e ajustar a campanha antes de insistir no mesmo envio. As métricas por template ficam disponíveis diariamente na plataforma da Meta.

As 5 regras do disparo em massa

Regra	O que fazer	Por quê
1. Opt-in	Enviar só para quem aceitou, com o nome da empresa	Exigência da política do WhatsApp Business
2. Template e categoria	Usar templates aprovados na categoria correta	Fora da janela, só templates; categoria errada gera avisos
3. Saída fácil	Botão para parar promoções e limpeza da lista	Quem desligou o marketing não recebe mais

Regra	O que fazer	Por quê
4. Limites	Subir o volume aos poucos, a partir de 250/24h	Limites por portfólio e por pessoa
5. Métricas	Acompanhar entregas, leituras, cliques e descadastros	Feedback negativo pode pausar o template

Pontos-chave

- Só envie para quem aceitou
- Fora da janela, apenas templates aprovados
- Ofereça botão para parar promoções
- Suba o volume aos poucos
- Métricas antes de insistir

Fonte: <https://developers.facebook.com/documentation/business-messaging/whatsapp/messaging-limits>

Pronto para usar a API oficial na prática?

A ConverZap é uma plataforma que conecta o número da empresa à API oficial do WhatsApp e usa agentes de IA para atendimento, qualificação de leads e vendas. Na mesma plataforma, a empresa cria e gerencia templates, organiza disparos com descadastro, atende em uma caixa de entrada compartilhada com a equipe e monta automações para lembretes, follow-up e mensagens transacionais, sempre com os custos seguindo a tabela oficial da Meta.

Criar conta grátis → app.converzap.com/cadastro

Já tem conta? [Entrar](#) • [Saiba mais em converzap.com](#)