Concepto

Lectura en F

Un patrón de escaneo en pantalla: la mirada recorre la parte de arriba, después una línea algo más corta y luego baja por el margen izquierdo, dejando sin leer gran parte del texto.



En inglés

F-shaped reading pattern

Origen

Nielsen (2006), con seguimiento ocular; revisado por Pernice (2017)

Qué problema aborda

Explica por qué la gente pasa por alto información importante de una página aunque esté escrita. El diseño de contenido toma de aquí la idea de que no basta con escribir algo: hay que ponerlo donde la mirada pasa.

Un ejemplo

La misma página de requisitos para una beca, con dos formatos.

Un bloque de texto



Párrafos largos sin títulos: la mirada barre las primeras líneas y baja por la izquierda. **El plazo, a la derecha, pasa inadvertido.**

Con títulos y listas



Títulos que empiezan por la palabra clave, el plazo arriba y los requisitos en una lista. **La mirada encuentra lo que busca.**

La forma en F no es una regla que haya que seguir, sino una señal de que el texto no ayuda a escanear.

Por qué pasa

1 

Leer en pantalla cansa y la gente quiere resolver su tarea rápido.

2 

Si nada guía la mirada, lee el comienzo y baja por las primeras palabras de cada línea.

3 

Lo que queda a la derecha y abajo se pierde, y la persona no sabe que se lo perdió.

Aplicaciones en diseño

Úsalo así

Pon lo más importante en los dos primeros párrafos y empieza títulos, enlaces y viñetas por las palabras que dan la información.

Evita

Diseñar las páginas «en forma de F» a propósito: el objetivo es que la gente no tenga que leer así.

Para no caer

Cada vez que cambies el ancho de pantalla, revisa qué palabras quedan al comienzo de cada línea: ahí se posa la mirada.

79 %

Escanean

Leen todo

Lo que dice la investigación

De las personas de un estudio de Morkes y Nielsen, el 79 % siempre escaneaba las páginas nuevas; solo el 16 % leía palabra por palabra (Nielsen, 1997).

●●● **Evidencia sólida.** La forma en F se vio con seguimiento ocular a 232 personas (Nielsen, 2006) y en 2017 seguía apareciendo, también en teléfonos (Pernice, 2017). Casi toda la evidencia viene de Nielsen Norman Group.

Conexiones

Se usa en

- Diseño web
- UX writing

Relacionado con

- Divulgación progresiva
- Jerarquía visual

Autores y obras

1997	**John Morkes y Jakob Nielsen**	Comprobaron que la mayoría de las personas escanea las páginas web en lugar de leerlas.
2006	**Jakob Nielsen**	Describió la forma en F a partir del seguimiento ocular de 232 personas mientras miraban miles de páginas.
2017	**Kara Pernice**	Comprobó que el patrón seguía vigente, explicó cuándo aparece (texto sin formato, prisa, poco interés) y lo situó entre otros patrones de escaneo, como el de «capas».

Fuentes

Fuentes originales

- Nielsen, J. (2006, 17 de abril). F-shaped pattern for reading web content. Alertbox. Nielsen Norman Group.
- Nielsen, J. (1997, 1 de octubre). How users read on the web. Alertbox. Nielsen Norman Group.

Revisiones académicas

- Pernice, K. (2017, 12 de noviembre). F-shaped pattern of reading on the web: Misunderstood, but still relevant (even on mobile). Nielsen Norman Group. Ver fuente (https://nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/)

Última revisión: 27 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.