



*Berariu Andreea
Boar Geanina
Bozun Andreea
Brînza Roxana
Orbulescu Iolanda*

Cifrele din spatele hiturilor: Ce ne arată datele despre muzica online?



Most Streamed Spotify Songs 2024
Nidula ElgiriyeWithana

<https://www.kaggle.com/datasets/nelgiriyeWithana/most-streamed-spotify-songs-2024>



Cum se naște succesul muzical azi?

- Industria muzicală a fost transformată de streaming și social media.
- Spotify, YouTube și TikTok sunt acum canale-cheie pentru descoperirea și promovarea muzicii.
- Succesul nu mai depinde doar de faimă, ci de viralitate, algoritmi și momentul lansării.
- Analiza urmărește să înțeleagă ce factori influențează succesul digital al unei piese.



Ce face o piesă populară?

- Piese scurte, cu tempo rapid și energie mare sunt mai populare
- Versurile influențează viralitatea – tonalitatea emoțională contează
- Conținutul non-explicit ajută la includerea în playlisturi, dar piesele explicite cresc în topuri
- Streaming-ul a transformat muzica în serviciu, nu produs.
- Modelul favorizează labelurile mari, în timp ce artiștii mici câștigă puțin.
- Spotify influențează succesul prin playlisturi și algoritmi care avantajează numele deja cunoscute.



TikTok schimbă jocul

- TikTok promovează fragmente muzicale virale prin trenduri și conținut generat de utilizatori.
- Când Universal Music și-a retras piesele, hiturile au crescut pe Spotify/YouTube, dar artiștii mici au pierdut vizibilitate. TikTok funcționează ca amplificator, mai ales pentru nume noi.

Succesul = muzică + context

- Hitul nu depinde doar de calitate, ci și de context: momentul lansării, algoritmi, reacția publicului.
- Succesul apare din combinația dintre refren catchy, trenduri online și promovare algoritmică.



Întrebări și ipoteze de cercetare

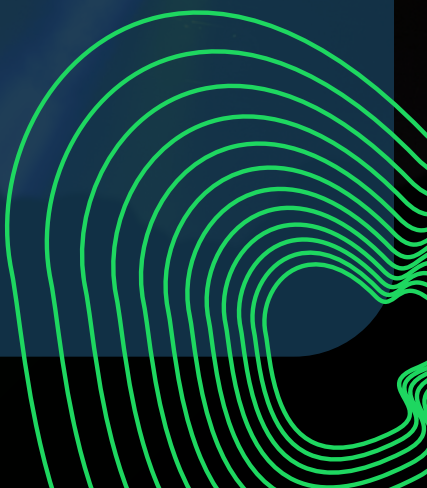


Întrebări de cercetare:

1. Ce tipuri de piese (explicite vs. non-explicite) obțin, în medie, mai multe streamuri pe platforme precum Spotify?
2. Se observă diferențe semnificative de performanță între platforme de streaming și social media (ex: Spotify vs. YouTube vs. TikTok)?
3. Ce influențează mai mult succesul digital: numărul total de piese lansate de un artist sau performanța unei singure piese virale?

Ipoteze de cercetare:

- Piese non-explicite tind să aibă un număr mediu de streamuri mai mare decât piesele explicite.
- Artiștii cu un număr redus de piese lansate pot atinge un succes semnificativ datorită viralității unei singure melodii.
- Piese promovate pe TikTok diferă considerabil de cele care domină topurile Spotify



Metodologie

Most Streamed Spotify Songs 2024 (Kaggle) - Bază de date: 4.533 piese, cu info despre streamuri, artist, data lansării etc.

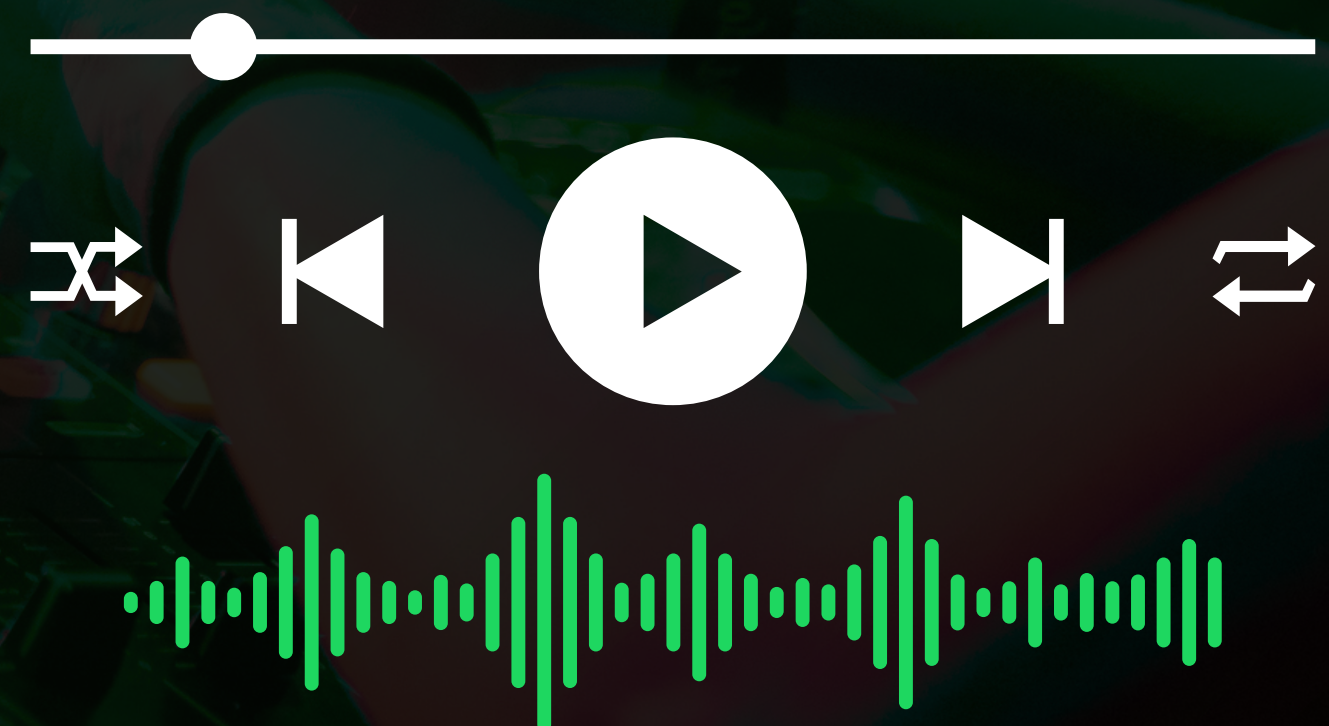
Instrumente: Excel (Pivot Table, SUM, AVERAGE), ChatGPT pentru ghidare și Canva pentru modificarea culorilor graficelor.

Etape:

- Curățare date (excludere lipsuri relevante)
- Analize descriptive, comparative, corelații și topuri
- Vizualizări: grafice bară/coloană/linie

Analiza statistică a vizat piesele populare de pe Spotify, YouTube și TikTok. S-au urmărit: diferențele între platforme, conținutul explicit/non-explicit, scorul digital (Track Score), perioadele de lansare și profilul artiștilor de top.

Limitări: lipsă info despre gen, demografie, țară, engagement pe TikTok.



Topul celor mai ascultate 10 piese pe Spotify arată impactul masiv al hiturilor comerciale și al coverurilor. „Danza Kuduro – Cover” și „Cake By The Ocean – Cover” conduc topul, depășind chiar și piese globale ca „Blinding Lights” și „Shape of You”.

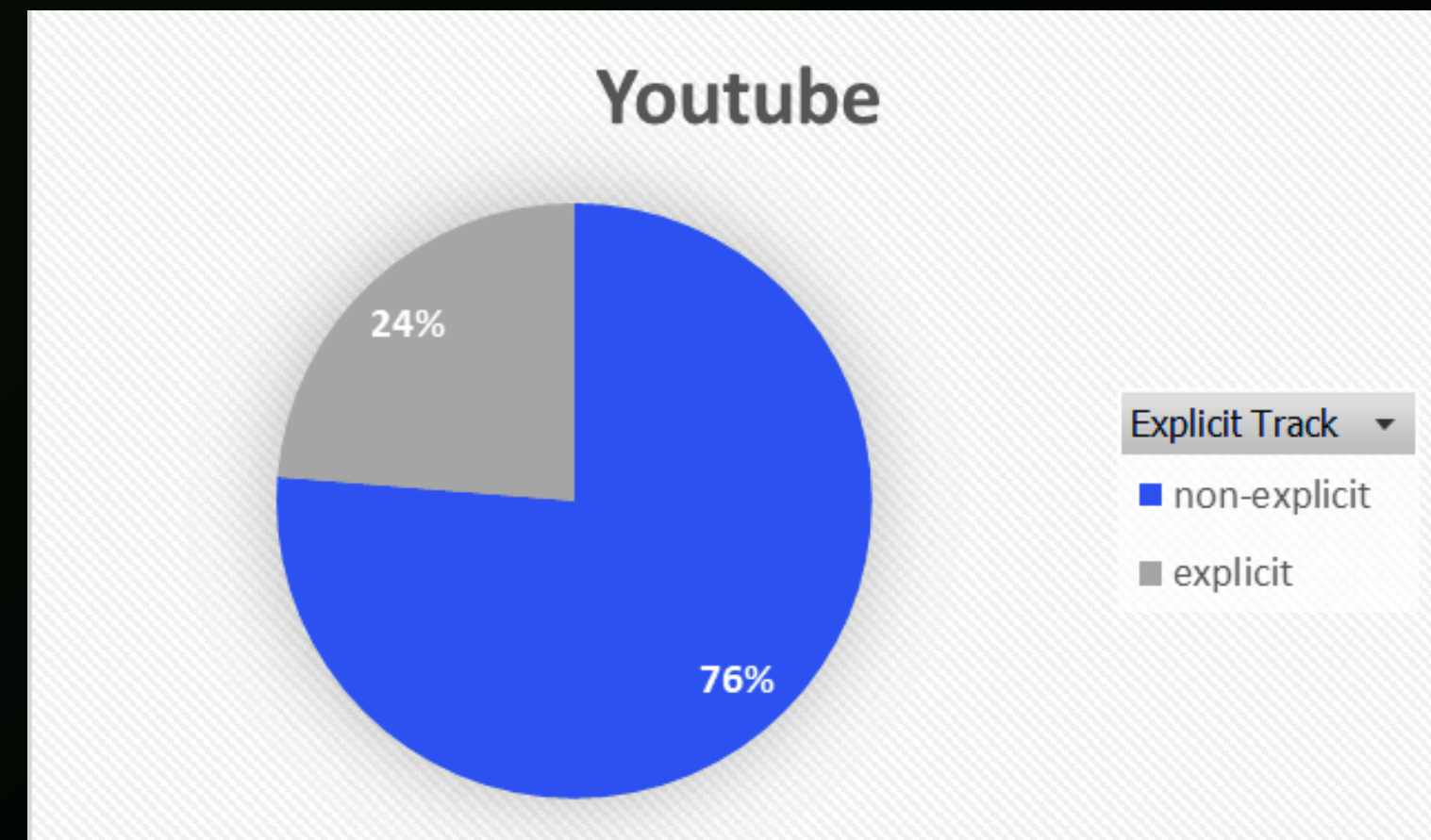
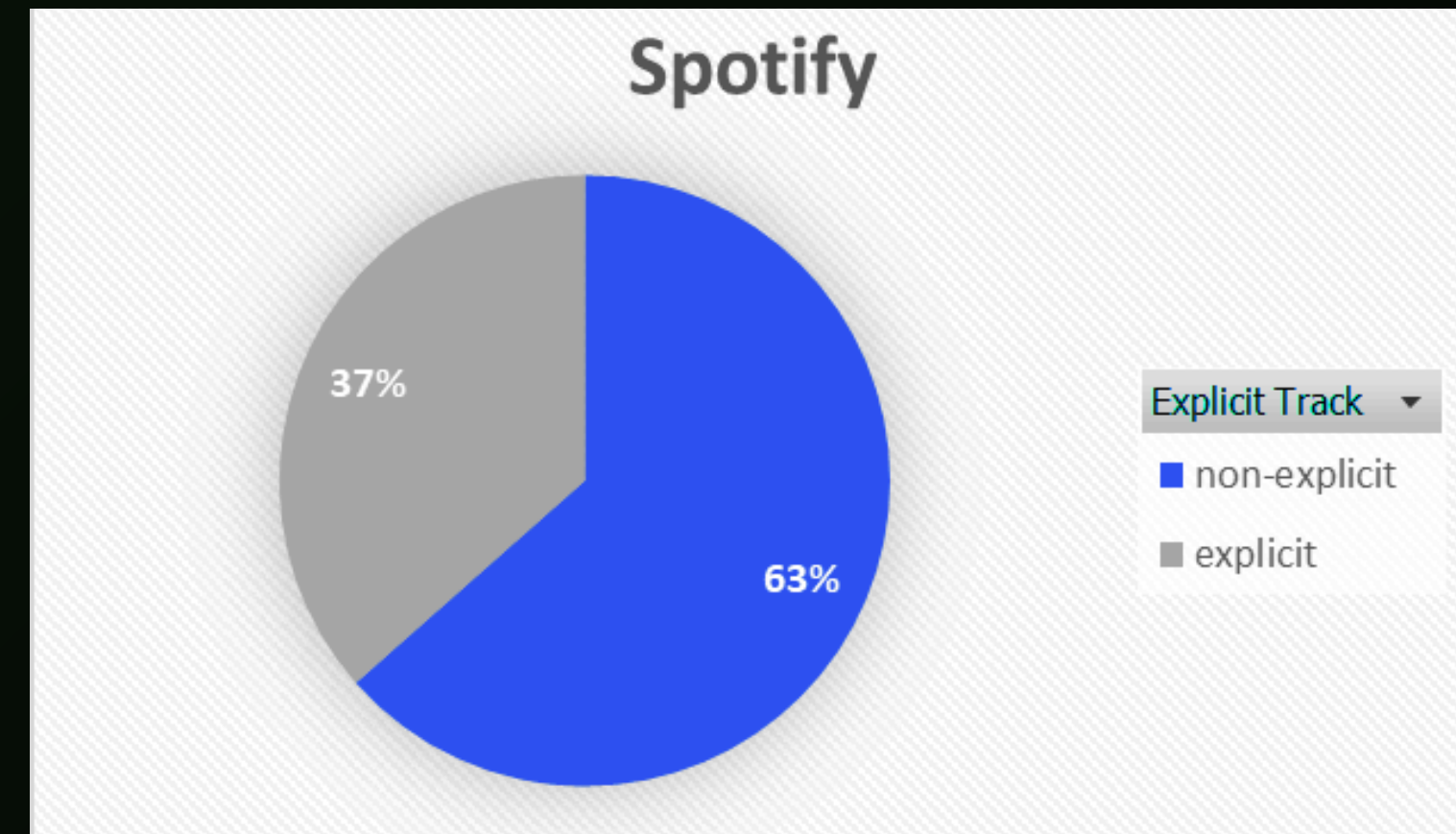
Topul YouTube este condus de conținut repetitiv și vizual, precum ‘Baby Shark’, cu peste 18 miliarde de vizualizări. Piese comerciale ca ‘Despacito’, ‘Shape of You’ și ‘See You Again’ confirmă preferința pentru melodii ușor de reascultat, cu impact emoțional sau funcțional (ex: copii, karaoke, evenimente).

Pe TikTok domină piesele scurte și amuzante. ‘Monkeys Spinning Monkeys’ și ‘Love You So’ au depășit 200 de miliarde de vizualizări, semn că viralitatea vine din simplitate, ritm repetitiv și context vizual memorabil.



Conținutul non-explicit domină?

- Pe Spotify: 63% streamuri sunt pentru piese non-explicite.
- Pe YouTube: 76% vizualizări sunt pentru piese non-explicite.
- Publicul YouTube preferă conținut accesibil tuturor vârstelor.
- Spotify are un public mai tolerant cu piesele explicite.



Track Score și Artiști de Top

- Track Score este un scor compozit care reflectă impactul digital al unei piese pe platforme precum Spotify, YouTube și TikTok.
- Peste 400 = hit digital major; sub 100 = impact redus.
- Acesta integrează mai mulți indicatori: număr de streamuri, vizualizări video, like-uri, prezență în playlisturi și viralitate pe rețele sociale.
- Tommy Richman, Kids With Buns și Artemas se află în topul scorurilor, deși nu au un număr mare de piese lansate.
- Prezența lor arată că nu este necesară faima globală pentru a avea un impact digital major – contează performanța online.



Track Score și Piese de Top

- „i like the way you kiss me” și „Not Like Us” sunt în fruntea clasamentului digital, semn că au reușit să cucerească publicul pe toate platformele.
- Piese precum „Beautiful Things”, „MILLION DOLLAR BABY” sau „BAND4BAND” confirmă că succesul online poate fi și constant, nu doar exploziv.
- Scorurile mari arată ce înseamnă, de fapt, un hit în era digitală: atracție imediată, prezență multiplă și consum intens.



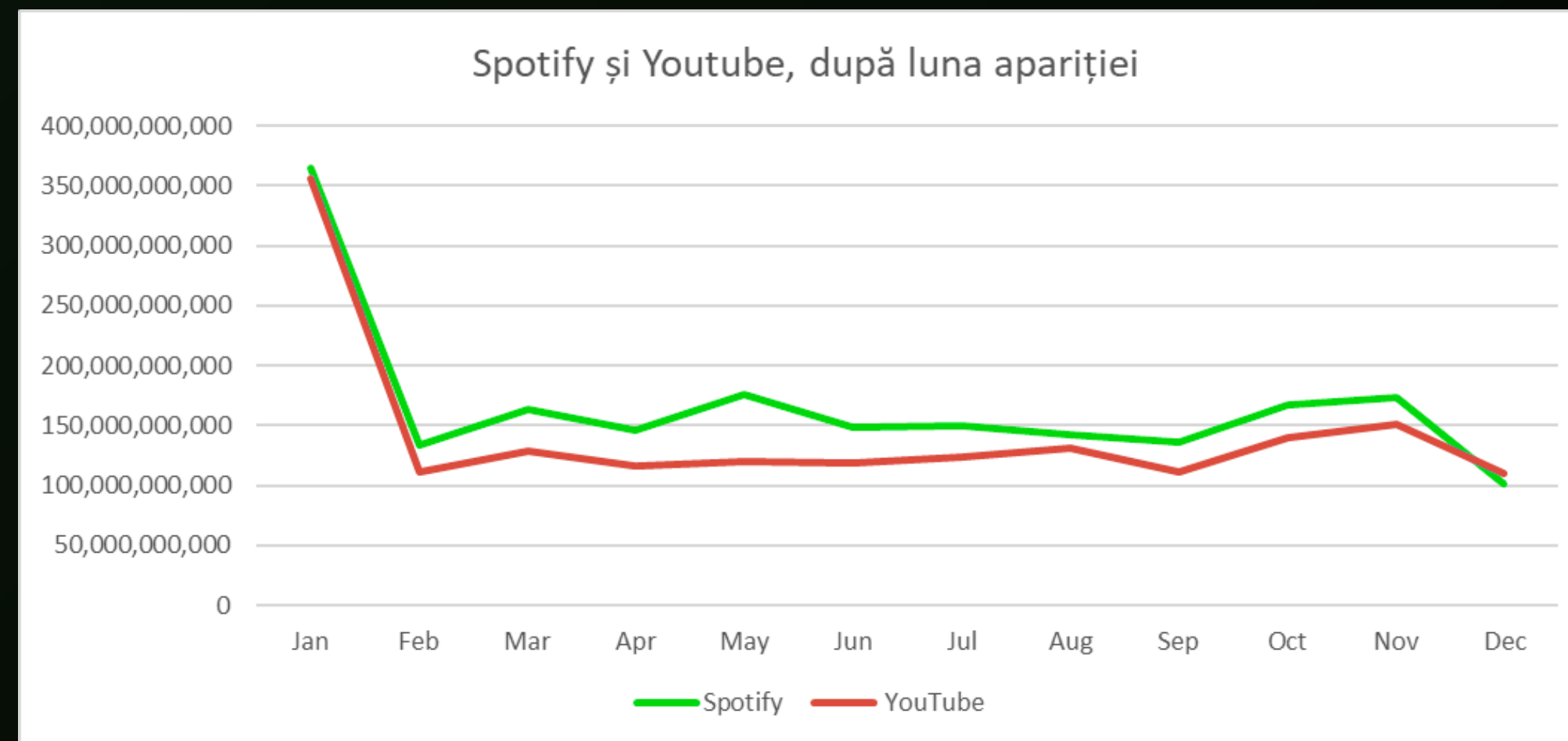
Luna Ianuarie = succes

Ianuarie domină pe Spotify și YouTube – piesele lansate la început de an au timp să câștige popularitate.

Noiembrie și Mai apar constant în top 3 – perioade cu consum crescute:

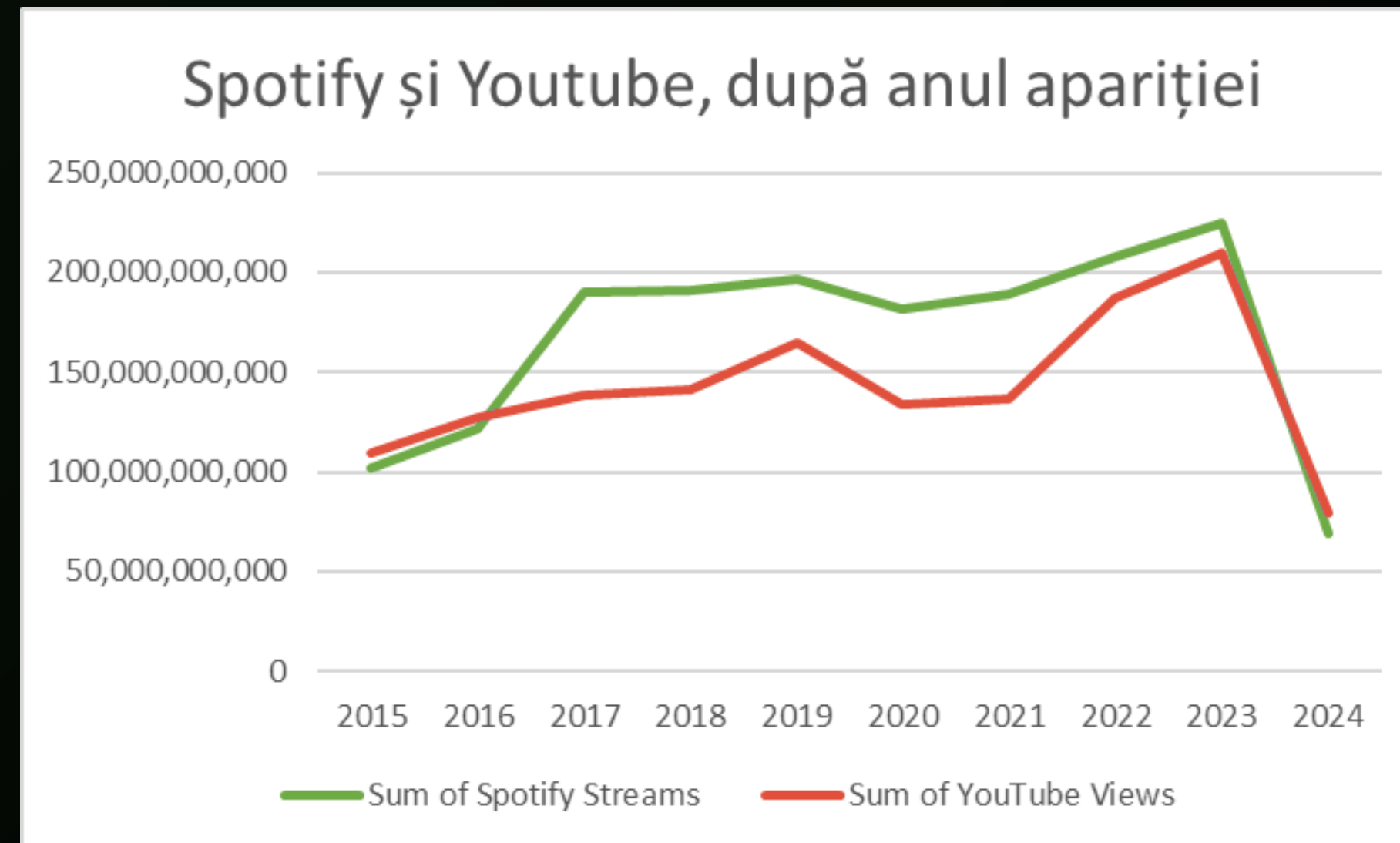
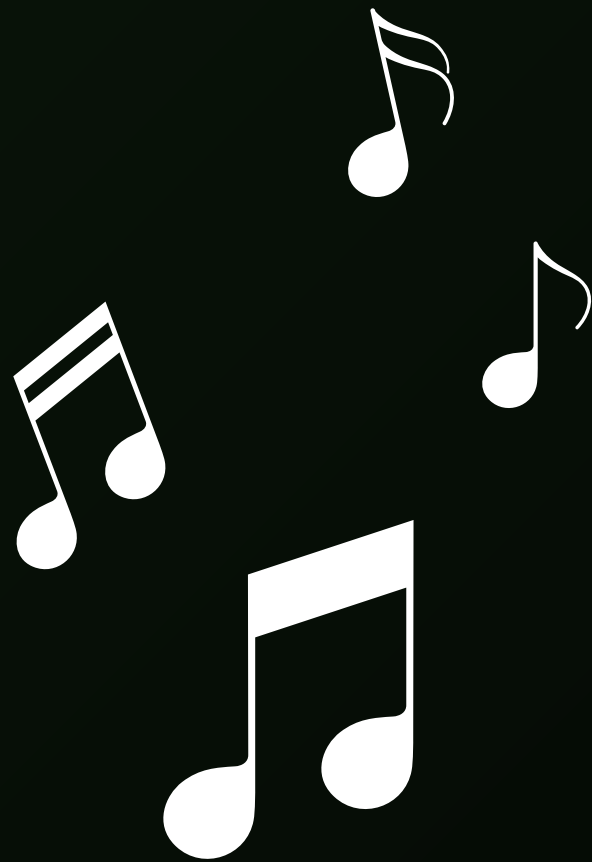
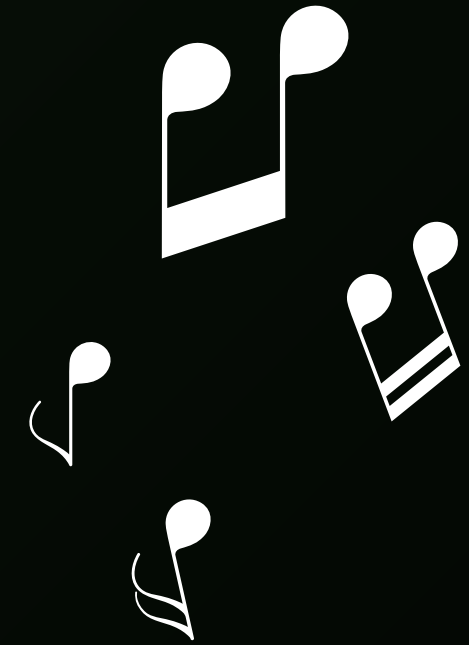
- Noiembrie → sezonul sărbătorilor
- Mai → începutul verii și festivalurilor

August performează bine pe Spotify, dar mai slab pe YouTube – posibilă preferință pentru ascultare audio în vacanță, nu pentru conținut vizual.



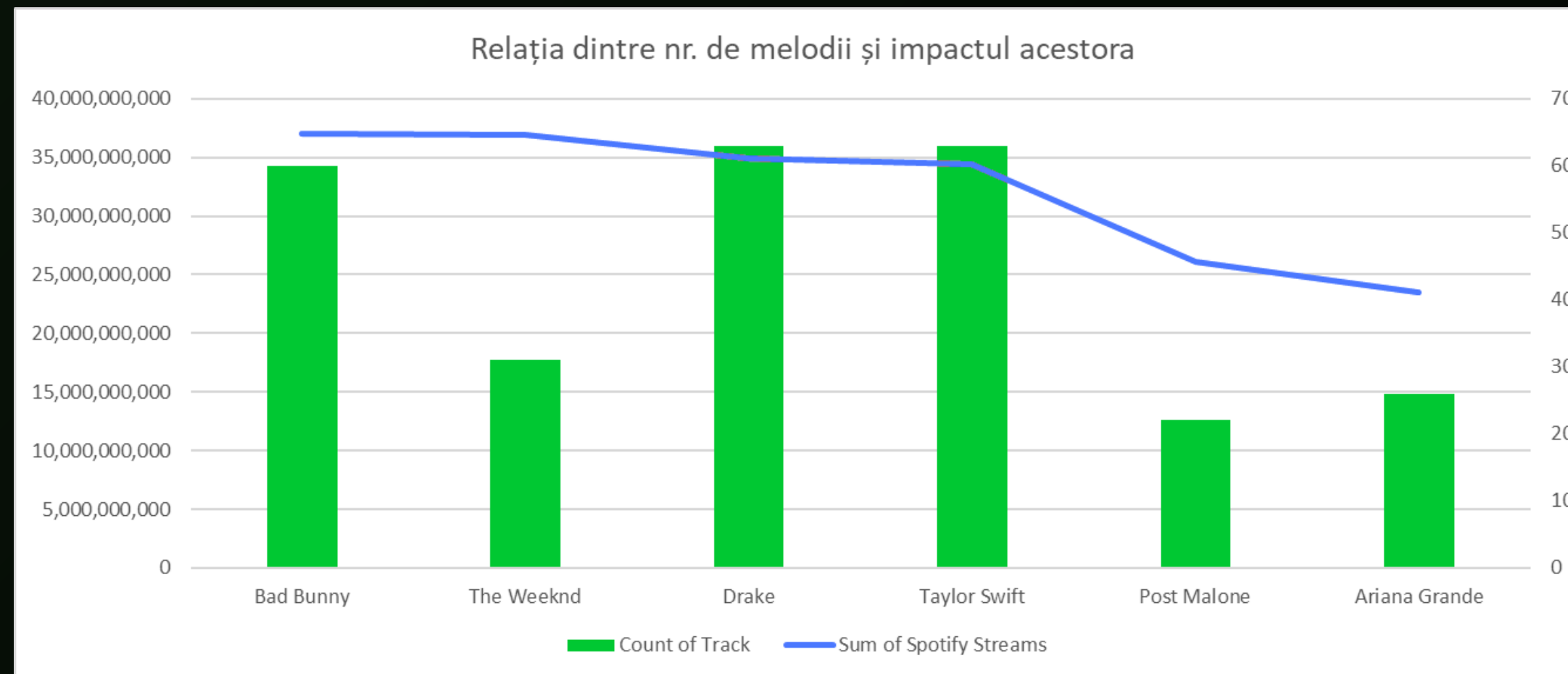
Dacă e nou, e ascultat :)

- Piese lansate în 2023 și 2022 au cele mai multe streamuri și vizualizări → publicul preferă muzica nouă.
- Spotify are un volum mai mare decât YouTube → este principala platformă pentru consum muzical.
- Anul 2024 apare cu valori mai scăzute → piesele sunt prea recente pentru a acumula suficientă expunere.



Contează cantitatea, dar mai mult calitatea

- Am realizat o comparație între artiștii care apar atât în topul celor cu cele mai multe piese în clasamentul global Spotify, cât și în topul celor cu cele mai multe streamuri totale.
- Pentru a vizualiza relația dintre numărul de melodii și impactul acestora, am construit un grafic combinat (coloane + linie), în care:
- Coloanele reprezintă câte piese are fiecare artist în top,
- Linia arată numărul total de streamuri obținute de fiecare.



All Time Rank

- Top 10 Spotify global combină hituri recente, virale și piese cu impact emoțional sau dansabil.
- „Million Dollar Baby” ocupă primul loc, urmată de „Not Like Us” și „i like the way you kiss me”.
- Prezența unui cover (ex. „Danza Kuduro”) arată că reinterpretările pot avea succes remarcabil.
- Clasamentul reflectă popularitatea actuală la nivel global, nu doar streamuri acumulate în timp.



MILLION DOLLAR BABY	1
Not Like Us	2
i like the way you kiss me	3
Flowers	4
Houdini	5
Lovin On Me	6
Beautiful Things	7
Gata Only	8
Danza Kuduro - Cover	9
BAND4BAND (feat. Lil Baby)	10



Rezultate & observații

- Succesul digital depinde tot mai mult de vizibilitate rapidă și viralitate, nu de faima artistului.
- TikTok are influență majoră: promovează piese scurte, catchy, în contexte amuzante.
- Exemple: Tommy Richman și Artemas – ajunși în topuri globale fără notorietate anterioară.
- Conținutul non-explicit domină pe YouTube (76%) și Spotify (63%), fiind preferat în playlisturi comerciale.
- Spotify tolerează mai mult conținutul explicit – publicul este mai matur.
- Cele mai bune perioade de lansare: ianuarie, mai, noiembrie.
- Anii 2022–2023 au înregistrat cele mai multe streamuri – noutatea contează.

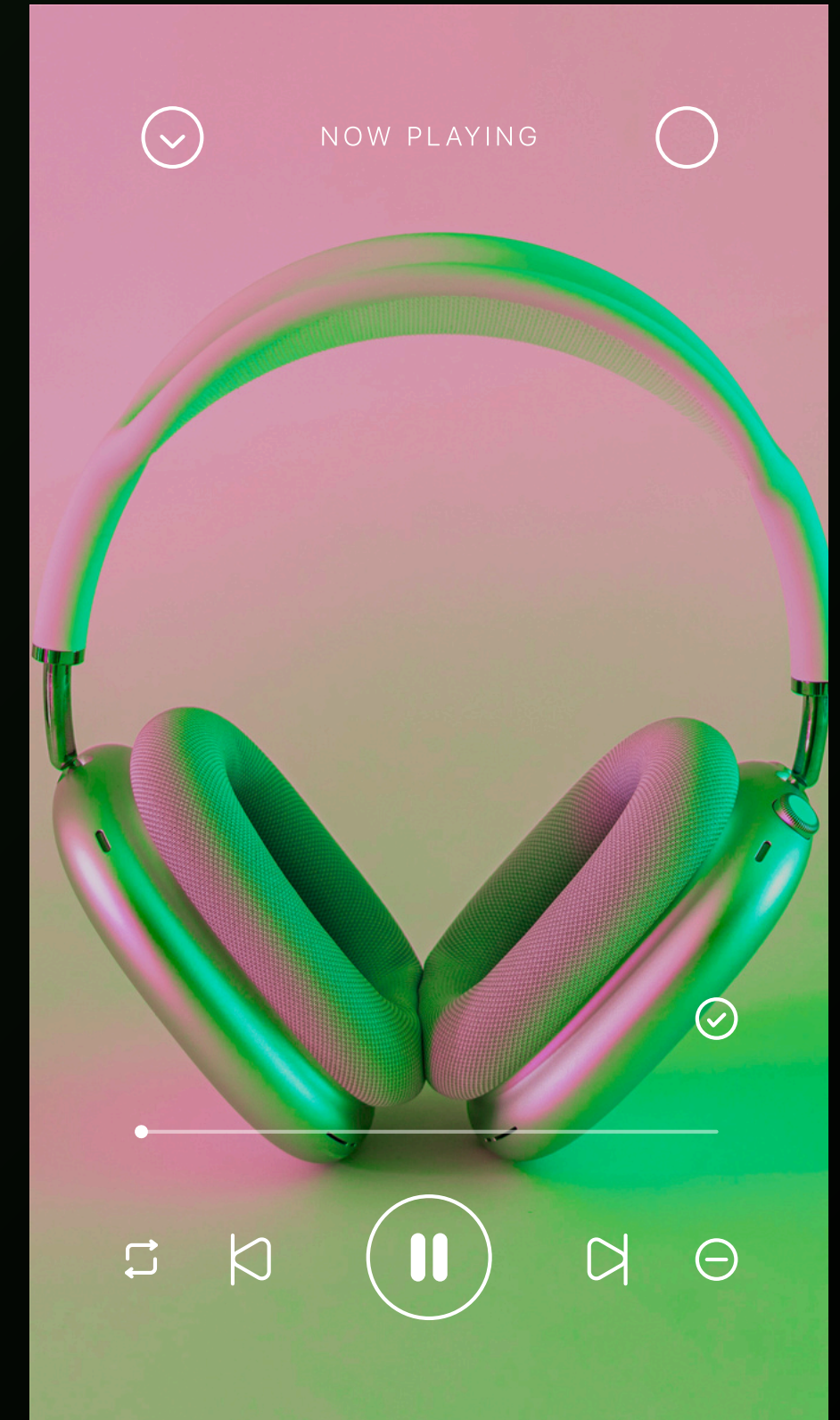
Tipare de succes la artiști:

- Drake, Taylor Swift, Bad Bunny – multe piese, impact constant
- The Weeknd, Ariana Grande – puține piese, eficiență maximă



Lucruri interesante

- Succesul muzical e tot mai legat de viralitate și algoritmi, nu de radio sau promovare clasică.
- Artiști necunoscuți ating sute de milioane de streamuri organic, iar coverurile adaptate pentru contexte specifice (fitness, TikTok) au scoruri digitale mari.
- Există discrepanțe între platforme – viralitatea vizuală nu înseamnă neapărat succes audio.
- Muzica funcțională și utilă devine parte dintr-o nouă economie digitală, construită pe context și nevoie.



Concluzii

- Faimă $\neq$ succes garantat: piese noi, de la artiști necunoscuți, pot domina topurile dacă devin virale.
- Viralitatea contează: refren simplu + ritm accesibil = distribuire rapidă în social media.
- Lansările strategice (ianuarie, mai, noiembrie) cresc șansele de succes.
- Prezența pe mai multe platforme (TikTok, Spotify, YouTube) amplifică vizibilitatea.
- TikTok creează hituri din fragmente sonore – schimbă regulile industriei.
- Succesul = calitate + moment + algoritmi. Platformele detectează rapid piesele virale și le promovează și mai mult.

Despre ipoteze - confirmare

Ipoteze de cercetare:

- Piese non-explicite tind să aibă un număr mediu de streamuri mai mare decât piesele explicite.
- Artiștii cu un număr redus de piese lansate pot atinge un succes semnificativ datorită viralității unei singure melodii.
- Piese promovate pe TikTok diferă considerabil de cele care domină topurile Spotify

Ipoteza 1 – Confirmată parțial:

- Piese non-explicite domină pe YouTube (76%) și Spotify (63%), dar conținutul explicit are totuși o prezență notabilă.

Ipoteza 2 – Confirmată:

- Artiști cu puține piese (ex. Tommy Richman) au avut succes mare datorită unei singure melodii virale.

Ipoteza 3 – Confirmată:

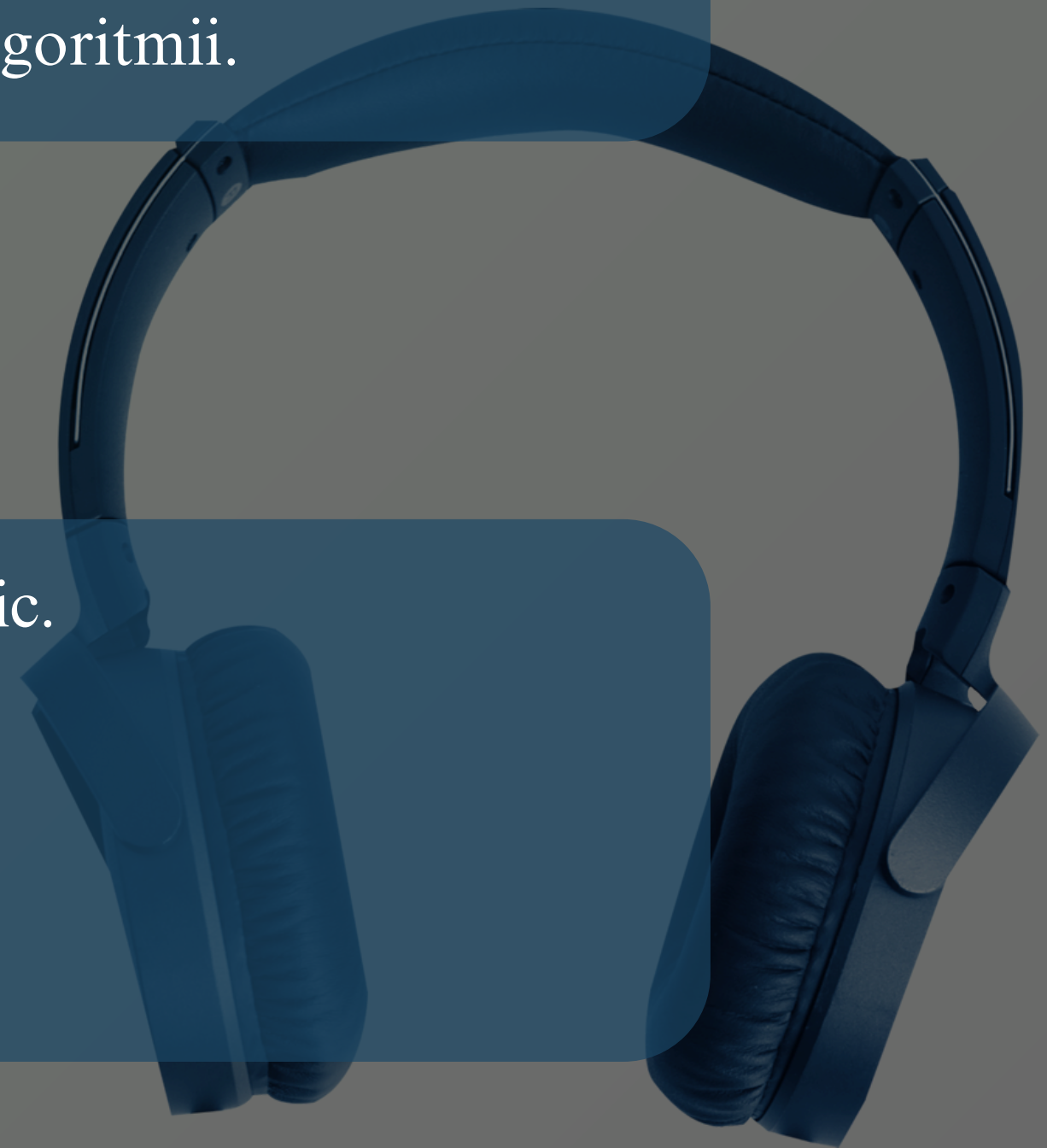
- Piese virale pe TikTok diferă de cele din top Spotify – sunt mai scurte, catchy, vizuale, nu mereu populare și pe platformele audio.

Limitări

- Lipsesc date despre genuri muzicale, țară de origine și demografie.
- Pentru TikTok avem doar vizualizări, nu și engagement (like-uri, comentarii etc.).
- Analiza este corelațională, nu cauzală.
- Nu s-au inclus variabile calitative precum strategia de promovare sau algoritmi.

Cercetări viitoare

- Adăugarea de date despre genuri muzicale și public demografic/geografic.
- Corelarea datelor de streaming cu engagement social media.
- Analiza în timp real a impactului TikTok asupra Spotify.
- Studiarea diferențelor între playlisturi algoritmice vs. curatoriale.
- Investigarea duratei de viață a hiturilor virale vs. tradiționale.



Recomandări

Casele de discuri:

- Integrarea TikTok în strategia de lansare (provocări, influenceri).
- Lansările planificate în perioade de vârf (ianuarie, mai, noiembrie).
- Monitorizarea KPI-urilor digitale (streamuri, engagement, Track Score).
- Identificarea artiștilor virali din Shazam sau TikTok pentru semnare timpurie.

Artiștii:

- Prezență activă pe platformele digitale relevante.
- Crearea de conținut cu potențial viral (refren memorabil, secvențe adaptabile).
- Ajustarea rapidă a promovării în funcție de feedback-ul din date.
- Strategii de lansare bazate fie pe volum constant, fie pe impact maxim per piesă.
- Analiza constantă a performanței prin indicatori relevanți (topuri, engagement, căutări).



Multumim!

